Eva Heller

A psicologia das cores

Como as cores afetam a emoção e a razão

GG

DADOS DE ODINRIGHT

Sobre a obra:

A presente obra é disponibilizada pela equipe ***eLivros*** e seus diversos parceiros, com o objetivo de oferecer conteúdo para uso parcial em pesquisas e estudos acadêmicos, bem como o simples teste da qualidade da obra, com o fim exclusivo de compra futura.

É expressamente proibida e totalmente repudíavel a venda, aluguel, ou quaisquer uso comercial do presente conteúdo.

Sobre nós:

O ***eLivros*** e seus parceiros disponibilizam conteúdo de dominio publico e propriedade intelectual de forma totalmente gratuita, por acreditar que o conhecimento e a educação devem ser acessíveis e livres a toda e qualquer pessoa. Você pode encontrar mais obras em nosso site: ***eLivros***.

Como posso contribuir?

Você pode ajudar contribuindo de várias maneiras, enviando livros para gente postar ***Envie um livro*** ;)

Ou ainda podendo ajudar financeiramente a pagar custo de servidores e obras que compramos para postar, ***faça uma doação aqui*** :)

"Quando o mundo estiver unido na busca do conhecimento, e não mais lutando por dinheiro e poder, então nossa sociedade poderá enfim evoluir a um novo nível."

eLivros.love

Converted by ePubtoPDF

Editorial Gustavo Gili, SL
Via Laietana 47, 2o, 08003 Barcelona, Espanha. Tel. (+34) 93 322 81 61
Editora G. Gili, Ltda
Av. José Maria de Faria, 470, Sala 103, Lapa de Baixo,
CEP 05038-190, São Paulo-SP, Brasil. Tel. (+55) (11) 3611

Eva Heller

A psicologia das cores

Como as cores afetam a emoção e a razão

GG®

Título original: *Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken*

Publicado originalmente por Droemer Verlag, Múnich Tradução: Maria Lúcia Lopes da Silva Revisão técnica: Mariana Pinheiro Edição: Editora Garamond Ltda / Coordenação Julieta Roitman Design da capa: Toni Cabré/Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona

1ª edição, 2014

Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação desta obra só pode ser realizada com a autorização expressa de seus titulares, salvo exceção prevista pela lei. Caso seja necessário reproduzir algum trecho desta obra, seja por meio de fotocópia, digitalização ou transcrição, entrar em contato com a Editora.

A Editora não se pronuncia, expressa ou implicitamente, a respeito da acuidade das informações contidas neste livro e não assume qualquer responsabilidade legal em caso de erros ou omissões.

© da tradução: Editora Garamond Ltda.

© Eva Heller, 2000

para a edição em português: © Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2012

Os direitos para esta obra foram adquiridos por meio de Ute Körner Literary Agent, S.L., Barcelona

ISBN: 978-85-8452-051-0 (epub) www.ggili.com.br

Produção do ePub: booqlab.com

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Heller, Eva, 1948-2008.

A psicologia das cores : como as cores afetam a emoção e a razão / Eva Heller ; [tradução Maria Lúcia Lopes da Silva]. -- 1. ed. -- São Paulo : Gustavo Gili, 2013.

Título original: Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken: Farbpsychologie, Farbsymbolik, Lieblingsfarben, Farbgestaltung.

ISBN 978-85-8452-051-0

1. Cor - Aspectos psicológicos 2. Cor - Aspectos religiosos 3. Cor (Filosofia) 4. Cores 5. Simbolismo das cores I. Título.

13-04124 CDD-155.911

Índices para catálogo sistemático: 1. Cores : Psicologia 155.911

As cores preferidas

Azul	**45%**
Verde	**15%**
Vermelho	**12%**
Preto	**10%**
Amarelo	**6%**
Violeta	**3%**
Laranja	**3%**
Branco	**2%**
Rosa	**2%**
Marrom	**1%**
Ouro	**1%**

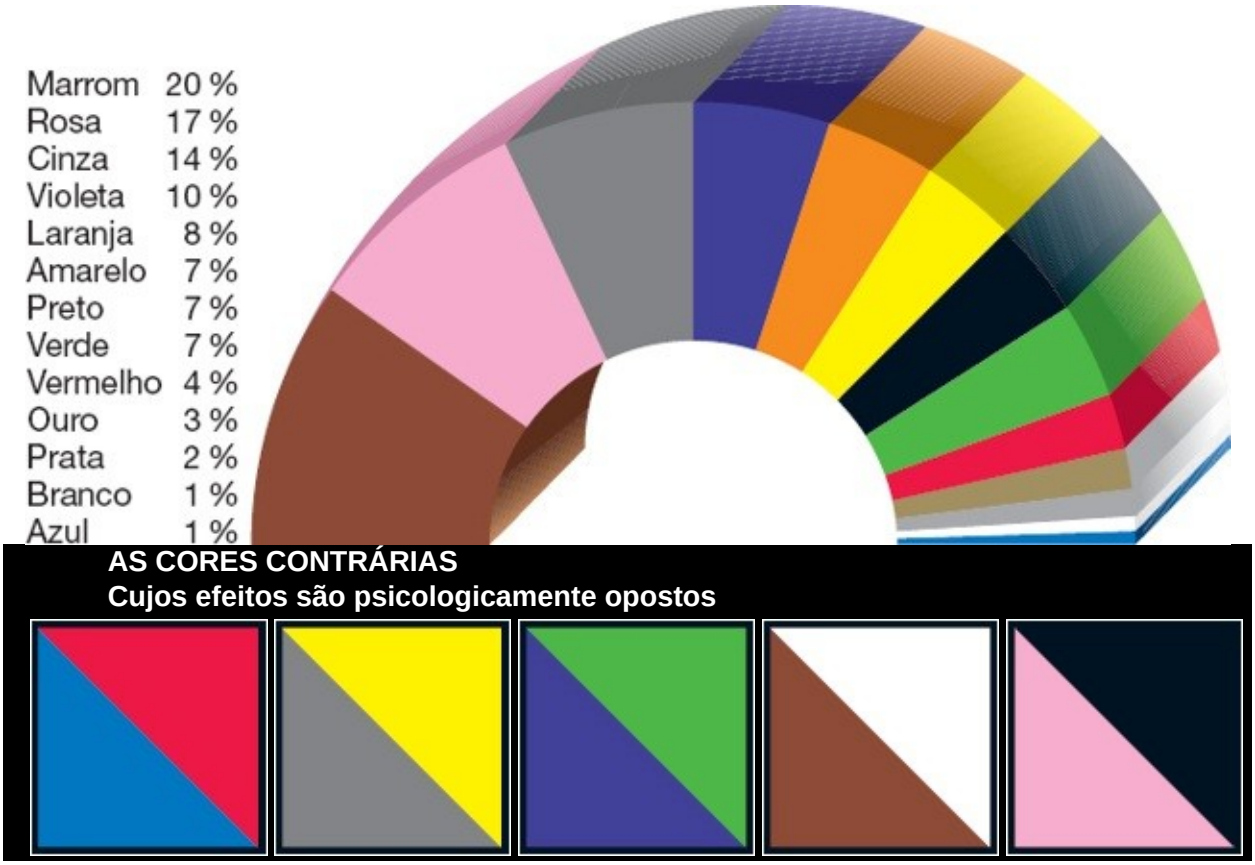
As cores menos apreciadas

Marrom	**20%**
Rosa	**17%**
Cinza	**14%**
Violeta	**10%**
Laranja	**8%**

Amarelo	**7%**
Preto	**7%**
Verde	**7%**
Vermelho	**4%**
Ouro	**3%**
Prata	**2%**
Branco	**1%**
Azul	**1%**

AS CORES PREFERIDAS

AS CORES MENOS APRECIADAS



Para preparar este livro foram consultados 2 mil homens e mulheres com idades entre os 14 e os 97 anos na Alemanha. Todos conseguiram relacionar as cores com sentimentos e qualidades. Dentre suas profissões – frequentemente repetidas – estão as seguintes:

Acompanhante de voo Açougueiro Administrador Advogado Agente de viagens Agricultor Alfaiate Arqueóloga Arquiteta de interiores Arquiteto Arte terapeuta Artista Assistente de medicina técnica Assistente técnico-químico Assistente de dentista Assistente de especialista em impostos Assistente de laboratório Assistente social Assistente técnico-farmacêutico Ator Autora de romances policiais Aviador de medicamentos Bailarina Banqueiro Bibliotecário Biólogo Biotecnóloga Bombeiro Cabeleireiro Caixa de banco Cambista Caminhoneiro Capitão de voo (comandante) Carpinteiro Carteiro Cenógrafo Ceramista Chaveiro Chefe de pessoal Cientista de computadores Cientista político Cirurgião Comerciante de antiguidades Comerciante de rosas Compositor Comprador/compradora Construtor Construtor de máquinas Construtor de navios Consultor ambiental Consultor de gestão Consultor de

impostos Consultor de informática Consultor de recrutamento Consultora de cores Contador Controlador automotivo Corretor de ações Cosmeticista Cozinheiro Cuidador de doentes Decorador Dentista Desenhista Desenhista de projetos de engenharia Desenhista de mídia digital Desenhista de publicidade Desenhista técnico *Designer*

Designer de moda Diácono Diretor de arte Diretor de museu Diretor de negócios Diretor geral Dona de restaurante (*restauranteuse*) Dona/dono de casa Dono de hotel Ecologista Economista Economista político Editor Educador Eletricista Empacotador Empregado de depto. financeiro Empresário Encadernador Engenheiro Engenheiro civil Escritor Escritora musical Escultor Especialista em *marketing*

Especialista em saúde Estoquista Estudantes do ensino médio Estudantes de todos os cursos técnicos Etnólogo Executivo de contas Fabricante Farmacêutico Faxineira Figurinista Filólogo Filósofo Físico Fisioterapeuta Fisioterapeuta especialista em doentes Florista Foguista Fonoaudióloga Fotógrafo Funcionário administrativo Funcionário de advocacia Funcionário dos correios Fundidor Garçom Gastrônomo Geógrafo Geólogo Gerente Gerente de hotel Gerente de mercado Gerente de produto Germanista Gráfico Guarda florestal Historiador Historiador de arte Impressor Instalador de iluminação Instrumentista Intérprete Jardineiro Jornalista Juiz Jurista Lavadora Leitor Letrista Linguista Litógrafo Livreiro (comerciante de livros) Marceneiro Massagista Matemático Mecânico Mecânico de automóveis Médico Mercado imobiliário Mestre açougueiro Montador Motorista Motorista de táxi Músico Notário Nutricionista Oficial de justiça Operário de cantaria Opticista Organizador Ortopedista mecânico Ourives Paleontólogo Passadeira Pedagogo Pedagogo social Pedreiro Pesquisador de mercado Piloto Pintor Planejador de ambientes Prefeita Produtor de cinema Produtor musical Professor Professor de artes Professor de canto Professora de jardim de infância Professores (escolas e cursos técnicos) Programador Psicanalista Psicólogo Químico Recepcionista Redator Redator de publicidade Regente Representante Representante comercial Restauradora Sanitarista Sapateiro Secretária Sociólogo Soldado Supervisor Tecelã Técnico Técnico em informática Técnico em comunicação Técnico em madeiras Técnico em odontologia Telhador Teólogo Tipógrafo Torneiro Tradutor Transportador Treinador desportivo Vendedor/a Vendedor de automóveis Vendedor de *pretzels*

Vendedor de seguros Vendedor editorial Veterinário Vocalista Zelador **A todos meus cordiais agradecimentos**

Sumário

Aprendendo mais sobre as cores

AZUL

A cor predileta. Cor da simpatia, da harmonia e da fidelidade, apesar de ser fria e distante. A cor feminina e das virtudes intelectuais.

Do azul real ao azul *jeans*

Quantos tons de azul você conhece? 111 tons de azul

1. A cor predileta
2. A cor da simpatia e da harmonia
3. Por que o azul tem um efeito distante e infinito?
4. Por que a fidelidade é azul?
5. A maravilha azul da fantasia
6. O azul divino
7. A cor mais fria
8. Cores primárias, pigmentos, cores artísticas
9. Ultramarino: a cor artística mais cara de todos os tempos
10. A cor das virtudes intelectuais e masculinas
11. O azul feminino
12. O azul das madonas e as cores simbólicas cristãs
13. O segredo das cores complementares
14. As cores contrárias psicológicas
15. Os tintureiros bêbados
16. Índigo: a cor do diabo – e a cor sempre preferida para roupas
17. A cor dos uniformes: azul da Prússia
18. O azul real e o azul operário
19. Por que os *blue jeans* se tornaram moda mundialmente?
20. A descontração das *blue hours*
21. As flores azuis do anseio
22. Meias azuis, cartas azuis, filmes azuis
23. A faixa azul: honra ao mérito

24. A cor da paz e a cor da Europa
25. A humanidade é azul, internacionalmente
VERMELHO
A cor de todas as paixões – do amor ao ódio. A cor dos reis e do comunismo. A cor da felicidade e do perigo
Quantos tons de vermelho você conhece? 105 tons de vermelho
1. No início era o vermelho
2. O vermelho: do amor até o ódio
3. A cor do sangue e da vida
4. A simbologia do fogo
5. Vermelho masculino e vermelho feminino
6. A cor da felicidade
7. Corais e touquinhas vermelhas contra o mau-olhado
8. Próximo e sonoro
9. A cor dos nobres e dos ricos
10. Cor de luxo, feita à base de pulgas, para reis e cardeais – e batons
11. A cor da agressividade, da guerra, de Áries e de Escorpião
12. Vermelho e preto: o perigo e o proibido
13. Vermelho com violeta e rosa: vermelho com sexo
14. A cor do imoral: *Rouge* e cabelos ruivos, Deus nos livre!
15. O vermelho político: a cor da liberdade, dos trabalhadores, do socialismo 70
16. A cor das correções, do controle e da justiça
17. A cor do dinamismo
18. O vermelho dos artistas
19. A cor dos anúncios publicitários
20. Como os animais reagem ao vermelho
21. Efeitos milagrosos nos cegos? Como o vermelho gera agressividade
22. A cura pelas cores
23. Que cores pertencem a quais signos zodiacais?
AMARELO
A cor mais contraditória. Otimismo e ciúme. A cor da recreação, do entendimento e da traição. O amarelo do ouro e o amarelo do enxofre
Quantos tons de amarelo você conhece? 115 tons de amarelo
1. A mais ambígua das cores
2. A cor da recreação, da jovialidade e do otimismo
3. A luz e a iluminação – a cor da inteligência

4. O amarelo bom do ouro. Loiras e homens bonitos
5. A cor da maturidade e do amor sensual
6. A cor da inveja, do ciúme e de todo tipo de hipocrisia
7. O sabor dos ácidos
8. O efeito ideal na impressão a cores
9. O amarelo chamativo, berrante, como cor de advertência
10. Cores e formas. O amarelo é pontudo, concordam os estudiosos
11. Açafrão: a rainha das plantas
12. Manchas amarelas para prostitutas, mães solteiras e judeus
13. O amarelo na política: a cor do traidor
14. O amarelo masculino e imperial da China
15. O amarelo envelhecido
16. O amarelo dos artistas
17. O amarelo criativo

VERDE

A cor da fertilidade, da esperança e da burguesia.

O verde sagrado e o verde venenoso. A cor intermediária

Quantos tons de verde você conhece? 100 tons de verde

1. O verde bonito e o verde feio
2. A cor do meio
3. A natureza e o natural
4. A cor da vida e da saúde
5. A cor da primavera, dos negócios que florescem e da fertilidade
6. A cor do frescor
7. A imaturidade e os jovens
8. A cor do amor precoce, de Vênus e do signo de Touro
9. Verde é esperança
10. A cor sagrada do Islã
11. Verde masculino e verde feminino
12. O verde litúrgico da Igreja Católica e o verde do Espírito Santo
13. O verde venenoso
14. O verde horripilante
15. A cor da burguesia
16. Por que o verde e o azul não combinam?
17. O extravagante vestido de seda verde
18. A cor que acalma
19. A cor da liberdade e da Irlanda

20. Os naipes se aprendem na mesa verde
21. O verde funcional
22. As cores das estações de Itten. Impressões cromáticas individuais e compreensão universal

PRETO

A cor do poder, da violência e da morte. A cor predileta dos *designers* e dos jovens. Cor da negação e da elegância.
Aliás, o preto é uma cor?

Quantos tons de preto você conhece? 50 tons de preto
1. O preto é uma cor?
2. Quanto mais jovem, maior a preferência pelo preto
3. O preto é o fim
4. A cor da dor. Regras para os trajes de luto
5. A cor da negação: o preto transforma amor em ódio
6. Preto com amarelo: egoísmo e culpa
7. Preto com violeta: misterioso e introvertido. Os signos zodiacais negros
8. A cor da sujeira e do mau
9. A cor do azar
10. De cor dos sacerdotes a cor dos conservadores
11. O desaparecimento das cores da Idade Média
12. Tinturas bonitas e tinturas pretas
13. O preto vira moda no mundo inteiro
14. A cor dos protestantes e das autoridades
15. As noivas trajavam preto
16. A cor da elegância
17. Por que a roupa preta é sempre preferida?
18. Sobrenomes e cores
19. O maravilhoso negro africano. Maquiagem para a pele escura
20. Ilegalidade e anarquia
21. O preto dos fascistas e da brutalidade
22. Preto-vermelho-ouro: por que a bandeira da Alemanha está errada?
23. Apertado e desajeitado, duro e pesado
24. A mais objetiva das cores. A cor predileta dos *designers*
25. Manipulação com cores

BRANCO

A cor feminina da inocência. Cor do bem e dos espíritos.

A cor mais importante dos pintores

Você conhece mais tons de branco do que os esquimós? 67 tons de branco

1. O branco é mesmo uma cor? Ou uma cor primária?
2. O princípio e a ressurreição
3. A cor do bem e da perfeição
4. A cor unívoca
5. O branco feminino
6. Prenomes e cores
7. Limpo e esterilizado
8. A cor da inocência e do sacrifício
9. O branco como cor de luto
10. A cor dos mortos, dos espíritos e dos fantasmas
11. A moda mundial em branco
12. O branco na política
13. O branco dos esquimós e a Bíblia
14. A cor do *design* minimalista
15. O branco é vazio e leve – e fica acima
16. Os alimentos brancos
17. O branco dos artistas
18. Símbolos de *status*: colarinhos e coletes brancos
19. Que traje veste a noiva?
20. Regras para cores e vestidos, para a noiva e os convidados

LARANJA

A cor da recreação e do budismo. Exótica e penetrante – e no entanto subestimada

Quantos tons de laranja você conhece? 45 tons de laranja

1. Por todo canto, há mais laranja do que se vê – a cor subestimada
2. A cor exótica
3. A cor que é puro sabor
4. A cor da recreação e da sociabilidade
5. A cor intrusiva da má publicidade
6. Controversa, porém não convencional
7. A cor do perigo
8. O tipo “outono”: denunciado pela cor laranja
9. A intensificação do amarelo
10. A cor da transformação e do budismo

11. O multifacetado laranja da Índia
12. A cor dos Orange e dos protestantes

VIOLETA

Do púrpura do poder à cor da teologia, da magia, do feminismo e do movimento *gay*

Quantos tons de violeta você conhece? 41 tons de violeta

1. Cor mista, com sentimentos ambivalentes
2. Lilases, hematomas e violência
3. De que cor é o púrpura?
4. A cor do poder
5. A cor da teologia
6. A cor da penitência e da sobriedade
7. A mais singular e extravagante das cores
8. A cor da vaidade e de todos os pecados ligados à beleza
9. A cor da magia, da metempsicose e do signo de Gêmeos
10. As cores dos *chakras* no esoterismo
11. A cor da sexualidade pecaminosa
12. A cor dos originais e dos inconformistas
13. A mais antinatural das cores
14. A cor do feminismo
15. A cor da homossexualidade
16. Ambivalente e oscilante no sentimento
17. O violeta dos artistas
18. Lilás – a última tentativa

ROSA

Doce e delicado, chocante e *kitsch*. Do rosa masculino ao rosa feminino

Quantos tons de rosa você conhece? 50 tons de rosa

1. Mais do que um vermelho fraquinho
2. A cor do charme e da gentileza
3. A cor do carinho erótico e da nudez
4. O rosa infantil: gentil, suave, pequeno
5. A transformação do rosa masculino em rosa feminino
6. O rosa de Madame Pompadour e o rosa do catolicismo
7. A cor do sentimentalismo e dos milagres
8. A cor dos confeitos
9. *Pink*: o rosa choque

10. O rosa criativo
11. O rosa para os artistas: como se pinta pele?
12. Que cor de roupa fica melhor em quem? A cor da pele é fator decisivo

OURO

Dinheiro, sorte, luxo. Muito mais que uma cor

Quantos tons de dourado você conhece? 19 tons de dourado

1. Ouro – muito mais que uma cor
2. O caminho para o ouro
3. Ouro amarelo, ouro vermelho, ouro branco e ouro verde
4. Símbolo da felicidade, da sorte, da bem-aventurança
5. Como os alquimistas produziam ouro
6. O brilho da fama
7. Verdadeiro como ouro
8. A cor do Sol e do signo de Leão
9. A cor da beleza. Os trajes dourados
10. A cor do luxo
11. O bezerro de ouro e o ganso de ouro. A cor do deslumbramento
12. O ouro dos pintores
13. O ouro heráldico
14. A cor decorativa
15. O dourado na publicidade: a cor da ostentação
16. As regras de ouro

PRATA

A cor da velocidade, do dinheiro e da Lua

Quantos tons de prata você conhece? 20 tons de prata

1. A última cor em que se pensa
2. Sempre comparada ao ouro
3. A mais veloz das cores – contudo, sempre em segundo lugar
4. O nome do gigante e da platina
5. O metal precioso prático
6. A cor do vil metal
7. Marcas e falsificações
8. O prata feminino: o elemento lunar e do signo de Câncer
9. Distante e fria
10. Límpida, clara e intelectual
11. O brilho moderno

12. Mais singular e mais elegante que o dourado
13. O cinza embelezado
14. A prata heráldica

MARROM

Cor do aconchego, do pequeno-burguês e da burrice

Quantos tons de marrom você conhece? 95 tons de marrom
1. Marrom: mal-amado e onipresente
2. A cor do feio e do desagradável
3. A cor da preguiça e da burrice
4. A cor do aconchego
5. A cor de mais forte sabor
6. A cor do pequeno-burguês e do antiquado
7. A cor da falta de refinamento
8. O marrom dos pobres
9. A cor do amor secreto
10. As “cores de pulga” dos ricos e as cores da moda de Goethe
11. A cor do nacional-socialismo alemão
12. Por que a pele bronzeada se tornou um ideal de beleza?
13. O marrom dos artistas: feito de sépias e de múmias
14. A pátina

CINZA

Cor do tédio, do antiquado e da crueldade. Os testes psicológicos com cores e a Teoria das Cores de Goethe

Quantos tons de cinza você conhece? 65 tons de cinza
1. A cor sem caráter
2. A cor de todos os sentimentos sombrios
3. A cor do inamistoso
4. A cor da teoria
5. O terrível, o cruel e o insensível
6. As zonas cinzas do secreto
7. Insensível ou daltônico?
8. O que os testes com cores revelam sobre o caráter?
9. A cor da velhice
10. A cor do esquecimento e do passado
11. O cinzento dos artistas: o crisalho
12. A cor dos pobres e da modéstia
13. A cor dos inferiores e do grosseiro

14. Os vestidos das *grisettes*
15. A mediocridade desejada: a moda cinzenta dos homens
16. Goethe *versus* Newton: a metafísica contra a física
17. A influência de Goethe no gosto dos alemães
18. A aversão que os pintores têm à teoria
Notas da autora
Bibliografia
Créditos das imagens
Os 160 conceitos da pesquisa
Índice remissivo

APRENDENDO MAIS SOBRE AS CORES

Quem trabalha com cores, como os artistas, os cromoterapeutas, os *designers* gráficos ou de produtos industriais, os arquitetos de interiores, os conselheiros de moda, precisam saber de que forma as cores afetam as pessoas. Embora cada um trabalhe com suas cores individualmente, os efeitos devem ser universais.

Para este livro foram consultadas duas mil pessoas de diversas profissões, através de toda a Alemanha. Foram inquiridos sobre suas cores prediletas, sobre as cores de que menos gostavam, sobre todos os efeitos que cada cor pode ter e sobre a cor típica de cada sentimento. Cento e sessenta diferentes sentimentos e características – do amor ao ódio, do otimismo à tristeza, da elegância à feiúra, do moderno ao antiquado – foram associados a cores específicas. No primeiro encarte de imagens, à página 48, podem ser vistas as associações que se fizeram entre cada cor e um determinado conceito e, no texto, a porcentagem de cada um deles.

Os resultados das pesquisas demonstram que cores e sentimentos não se combinam ao acaso nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, foram ficando profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento. Com o auxílio do simbolismo psicológico e da tradição histórica, esclareceremos por que isso é assim.

Um terço da criatividade consiste de talento, um terço de influências ambientais que estimulam dons especiais e um terço de conhecimentos aprendidos a respeito do setor criativo em que se trabalha. Quem não souber nada a respeito dos efeitos gerais e da simbologia das cores, quem quiser confiar apenas em seus talentos naturais, será sempre ultrapassado por aqueles que possuem, além disso, esses conhecimentos.

Usar as cores de maneira bem direcionada significa poupar tempo e esforço.

Como agem as cores? O que é um acorde cromático?

Conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Dessa forma, cada cor pode produzir muitos efeitos, frequentemente contraditórios. Cada cor atua de modo diferente, dependendo da ocasião. O mesmo vermelho pode ter efeito erótico ou brutal, nobre ou vulgar. O mesmo verde pode atuar de modo salutar ou venenoso, ou ainda calmante. O amarelo pode ter um efeito caloroso ou irritante. Em que consiste o efeito especial? Nenhuma cor está ali sozinha, está sempre cercada de outras cores. A cada efeito intervêm várias cores – um acorde cromático.

Um acorde cromático é composto por cada uma das cores que esteja mais frequentemente associada a um determinado efeito. Os resultados da pesquisa demonstram: as mesmas cores estão sempre associadas a sentimentos e efeitos similares. As mesmas cores que se associam à atividade e à energia estão ligadas também ao barulhento e ao animado. Para a fidelidade, as mesmas cores da confiança. Um acorde cromático não é uma combinação aleatória de cores, mas um efeito conjunto imutável. Tão importantes quanto a cor mais frequentemente citada são as cores que a cada vez a ela se combinam. O vermelho com amarelo e laranja tem outro efeito do que o vermelho com preto ou violeta; o verde com preto age de modo diferente do que o verde com o azul. O acorde cromático determina o efeito da cor principal.

Como o contexto determina a impressão obtida?

Não existe cor destituída de significado. A impressão causada por cada cor é determinada por seu contexto, ou seja, pelo entrelaçamento de significados em que a percebemos. A cor num traje será avaliada de modo diferente do que a cor num ambiente, num alimento, ou na arte.

O contexto é o critério que irá revelar se uma cor será percebida como agradável e correta ou errada e destituída de bom gosto. Aqui cada cor será mostrada em toda contextualização possível: como cor artística, na vestimenta, no *design* de produtos e de ambientes, como cor que desperta sentimentos positivos ou negativos.

O que são as cores psicológicas?

A cor é mais do que um fenômeno ótico, mais do que um instrumento técnico. Os teóricos das cores diferenciam as cores primárias (vermelho, amarelo, azul) das cores secundárias (verde, laranja, violeta) e das cores mistas, subordinadas (como rosa, cinza, marrom); não há unanimidade a respeito de o preto e o branco serem cores verdadeiras; em geral, ignoram o ouro e o prata como cores – apesar de, na psicologia, cada uma dessas 13 cores ser autônoma, não podendo ser substituída por nenhuma outra. E todas são igualmente importantes.

Do vermelho obtém-se o rosa – mas a impressão que ele causa é totalmente diferente. O cinza é composto de branco e de preto, mas seu efeito não corresponde nem ao do branco nem ao do preto. O laranja tem parentesco com o marrom, mas seus efeitos são, no entanto, opostos.

Este livro trata de todas essas 13 cores psicológicas – o que vai além do que todos os outros livros sobre cores já investigou até hoje.

Para os que quiserem trabalhar com as impressões causadas pelas cores, as impressões psicológicas são essenciais.

Para a compreensão dos resultados da pesquisa

Para cada conceito são citadas as cores que representam o tom cromático típico. Apesar de haver 13 cores à escolha, mais da metade das citações recaíram sobre duas ou três.

Cada acorde cromático consiste de duas a cinco cores. O número de cores num acorde cromático é determinado também por valores experimentais: as cores que, de modo geral, são muito pouco citadas – como o laranja e o prata – incluem-se, como cores típicas, também em porcentagens menores.

Todos os sentimentos e impressões aos quais certas cores foram associadas estão listados nas páginas 299, 300 e 301.

No primeiro encarte de imagens – após a página 48 – estão representados os resultados em termos de seu efeito cromático, e no texto aparecem os dados percentuais de todas as cores que tiveram mais de 5% de citações. O levantamento e a avaliação foram detalhadamente esclarecidos através de exemplos → Vermelho no 3° Capítulo, → Cinza no 1° Capítulo *etc.*

Em termos estatísticos, os acordes cromáticos são absolutamente confiáveis. Aliás, se a pesquisa fosse repetida, a porcentagem de algumas cores individuais poderia sofrer uma pequena variação; contudo, as cores mais citadas permaneceriam sendo as mesmas. E se algum leitor encontrar aqui, em posição secundária, alguma cor que ele tipicamente associa a um determinado conceito – poderia até mesmo acontecer de a cor não figurar em absoluto – irá facilmente compreender que a opinião da maioria é sempre considerada como “típica”.

Os antecedentes psicológicos e históricos esclarecem a conformidade das impressões obtidas. O segundo encarte de imagens, a partir da página 208, apresenta exemplos das impressões que as cores causam na pintura, no *design* de produtos e na vida cotidiana.

Serão também explicadas, de maneira a que todos compreendam, teorias famosas como a Teoria das Cores de Goethe e análises de caráter, feitas com base na psicologia profunda, utilizando as cores. Serão analisados resultados mágicos da cromoterapia, como a cura pelas cores, e a manipulação subliminar pelo uso das cores.

Uma regra básica da psicologia da percepção: vemos sempre somente o que sabemos. Os que vierem a ler este livro passarão a ver muito mais cores do que antes.

As cores mais comumente citadas como relacionadas a conceitos

AZUL: frio e passivo, tranquilo e confiável. O azul das virtudes intelectuais como oposto ao vermelho da paixão.

O distante

A frieza

A passividade

A recreação

A confiança

A autonomia

A inteligência

A ciência

O esporte

O acorde de todas as cores mais frequentemente citadas é o que serve para caracterizar um sentimento, uma impressão – não apenas a cor principal.

VERMELHO: quente, próximo, atraente e sensível.

O calor

A proximidade

A alegria

A extroversão

O atraente

A força

A paixão

A sexualidade

O erotismo

Dados percentuais no decorrer do texto

Outras impressões causadas pelo AZUL:
O azul com verde e vermelho causa uma impressão simpática e harmoniosa; com violeta, uma impressão repleta de fantasia; com o preto uma impressão de masculinidade e grandeza.

A simpatia

A amizade

A harmonia

A fantasia

O anseio

A confiança

O masculino

O grande

A introversão

Outras impressões causadas pelo VERMELHO:
O vermelho do amor unido ao rosa transmite inocência, unido ao violeta tem um efeito sedutor. Junto ao preto, o vermelho adquire um significado negativo, transmitindo agressividade e brutalidade.

O amor

A paixão

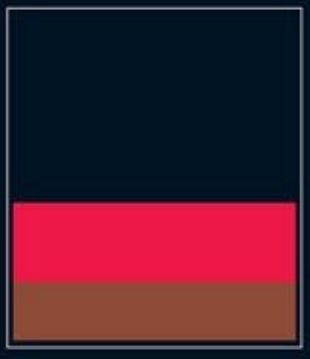
A sedução

O imoral

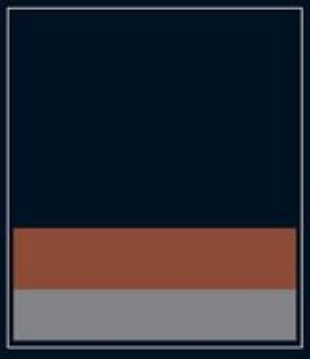
A agressividade

O ódio

O proibido



A brutalidade



O mal

Dados percentuais no decorrer do texto

AMARELO: Lúdico com laranja e vermelho, amável com azul e com rosa. Combinado ao cinza e ao preto, o amarelo atua sempre de modo negativo, como no acorde da inveja e do ciúme.

O lúdico

A amabilidade

O otimismo

A inveja

A avareza

O ciúme

A hipocrisia

A infidelidade

O egoísmo

VERDE: O verde é tranquilizador ao lado do azul e do branco. O verde dá esperança com azul e amarelo. O verde transmite um efeito salutar ao lado do vermelho, e um efeito venenoso ao lado do violeta.

O tranquilizador

A segurança

O natural

A esperança

O refrescante

O agradavel

A juventude

O salutar

O venenoso

Dados percentuais no decorrer do texto

ACORDES DE EFEITOS OPOSTOS

A frieza

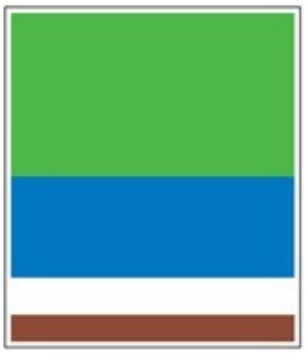
O caloroso

A fidelidade

A infidelidade

A amabilidade

A hostilidade

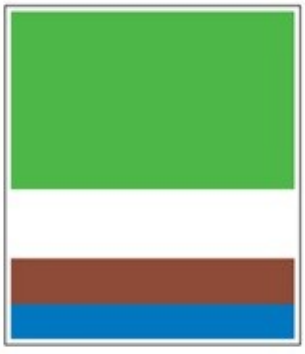


O tranquilizador

O excitante

A gentileza

A brutalidade



O natural

O artificial

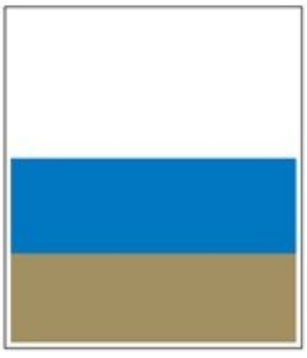
O ódio

O amor

A feiúra

A beleza

A mentira



A verdade

BRANCO: Ideal e nobre com ouro e azul, objetivo com cinza, o efeito mais leve de todos com o amarelo, extremamente delicado com o rosa.

CINZA: Inseguro com amarelo, modesto com branco.

O ideal

A verdade

A objetividade

O novo

O leve

A delicadeza

A insegurança

A modéstia

A insensibilidade

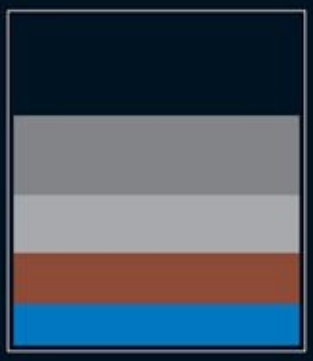
CINZA: Desprovido de imaginação, prosaico, entediante e hostil com marrom.

PRETO: Ríspido e duro com cinza e azul, elegante ao lado do prata e do branco, poderoso acompanhado de ouro e vermelho.

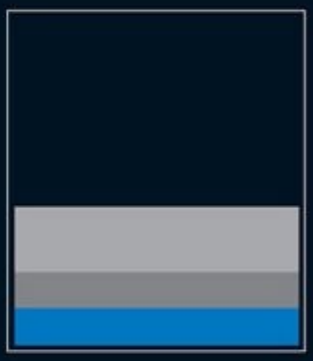
O prosaico

A monotonia

A hostilidade



A rispidez

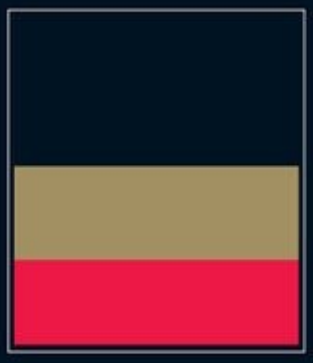


A dureza

A elegância

O conservadorismo

O pesado



O poder

Dados percentuais no decorrer do texto

VIOLETA: Extravagante e artificial com prata, original e inconformista com laranja, efeito mágico com preto.

O extravagante

O artificial

A vaidade

O original

O inconformista

O singular

O misterioso

A magia

A piedade

ROSA: Terno e feminino com vermelho, infantil com amarelo e branco, doce e barato com laranja.

A ternura

A feminilidade

O charme

A delicadeza

O pequeno

A cortesia

A sensibilidade

O doce

O barato

Dados percentuais no decorrer do texto

LARANJA: Divertido com amarelo e vermelho; com dourado, prazer. Com violeta, intruso. Aromático com verde e marrom.
MARROM: Só é aconchegante acompanhado por cores ensolaradas, luminosas.

A recreação,
a diversão

A sociabilidade

O deleite, o prazer

A intrusão

O controverso,
o estranho

O inconformista

O aromático

O aconchegante

O outono

MARROM: Fora de moda e feio com todas as cores inexpressivas. Careta e insuportável com cinza e cor-de-rosa. Com branco, seu efeito é não erótico. Com verde e violeta seu efeito é acre, intragável.

O fora de moda

A caretice

A tolice, a estupidez

O antipático

O preguiçoso

O feio

O não erótico

O acre

O intragável

Dados percentuais no decorrer do texto

OURO: Bem-aventurança com vermelho e verde, beleza com branco e vermelho, ostentação com laranja e amarelo.

PRATA: Veloz e dinâmico com vermelho, moderno com preto.

A felicidade, a sorte

A beleza

A celebração

O orgulho

O luxo

A ostentação

A velocidade

O moderno

O dinamismo

AZUL

A cor predileta.

Cor da simpatia, da harmonia e da fidelidade, apesar de ser fria e distante.
A cor feminina e das virtudes intelectuais.

Do azul real ao azul *jeans*.

Quantos tons de azul você conhece? 111 tons de azul 1. A cor predileta
2. A cor da simpatia e da harmonia
3. Por que o azul tem um efeito distante e infinito?
4. Por que a fidelidade é azul?
5. A maravilha azul da fantasia
6. O azul divino
7. A cor mais fria
8. Cores primárias, pigmentos, cores artísticas
9. Ultramarino: a cor artística mais cara de todos os tempos
10. A cor das virtudes intelectuais e masculinas
11. O azul feminino
12. O azul das madonas e as cores simbólicas cristãs
13. O segredo das cores complementares
14. As cores contrárias psicológicas
15. Os tintureiros bêbados
16. Índigo: a cor do diabo – a cor sempre preferida para roupas
17. A cor dos uniformes: azul da Prússia
18. Azul real e azul operário
19. Por que os *blue jeans* se tornaram moda mundialmente?
20. A descontração das *blue hours*
21. As flores azuis do anseio
22. Meias azuis, cartas azuis, filmes azuis
23. A faixa azul: honra ao mérito
24. A cor da paz e a cor da Europa
25. A humanidade é azul, internacionalmente

Quantos tons de azul você conhece? 111 tons de azul

Qual é o azul do céu? É o azul-celeste, naturalmente – embora os peritos em cor pensem no cerúleo, no cíano, no ultramarino... Dos azuis listados aqui, alguns estão em sua forma popular, de uso corrente; outros são os nomes que se estabeleceram para uso pelos artistas, produzidos em matizes cromáticos padronizados. Os artistas conhecem exatamente a diferença entre o azul cobalto e o ultramarino, ou o azul *phthalo*.

Azul aço Azul água Azul água-marinha Azul ameixa Azul ameixa-preta Azul amora Azul anil Azul bebê Azul brilhante Azul campânula Azul caribe Azul-celeste Azul centáurea Azul cerâmica Azul cerúleo Azul céu Azul Chagall Azul China Azul cíano Azul cinza Azul-claro Azul clêmatis Azul cobalto Azul comercial Azul cosmos Azul Curaçao Azul da Baviera Azul da Prússia Azul de genciana Azul de Sèvres Azul de Vermeer Azul de Wedegwood Azul desmaiado Azul Disney Azul egípcio Azul elétrico Azul esmalte Azul esverdeado Azul etéreo Azul europeu Azul-faiança Azul férreo Azul frito Azul fumaça Azul geada Azul geleira Azul gelo Azul golfinho Azul Heidelbeer Azul heliogeno Azul indantreno Azul Íris Azul jacinto Azul *jeans*

Azul Kopenhagen Azul laguna Azul lápis-lazúli Azul lavanda Azul leve Azul Lufthansa Azul luminoso Azul madona Azul magenta Azul manganês Azul mar Azul-marinho Azul médio Azul meia-noite Azul menino Azul metálico Azul miosótis Azul montanha Azul neblina Azul preto Azul neon Azul noite Azul nuvem Azul oceano Azul olho Azul opala Azul oriental Azul original Azul Paris Azul pastel Azul pavão Azul petróleo Azul *phthalo*

Azul pigmento Azul piloto Azul pombo Azul porcelana Azul primário Azul profundo Azul púrpura Azul real Azul rei Azul relâmpago Azul safira Azul tinta Azul uniforme Azul universal Azul-violeta Azul vítreo Azul xenônio Azul Yves-Klein Bleu Índigo Turquesa Turquesa cobalto Ultramarino Verde azulado

1. A cor predileta

O azul é a preferida entre as cores. É a cor predileta de 46% dos homens e 44% das mulheres.

E não existe quase ninguém que não goste de azul: apenas 1% dos homens e 2% das mulheres citaram o azul entre as cores de que menos gostam.

Homens e mulheres frequentemente se vestem de azul; ele vai bem em todas as ocasiões, em todas as estações. O azul é a cor predileta como cor de automóveis, tanto para as limusines de luxo como para os veículos compactos.

Nas residências, o azul é frio; porém, por seu efeito calmante, é uma cor que se adequa bem aos dormitórios. Há apenas um setor em que o azul deve se encontrar em menor número: não há quase nada de cor azul entre os alimentos e as bebidas.

O significado mais importante do azul está no simbolismo das cores, nos sentimentos que vinculamos ao azul. O azul é a cor de todas as características boas que se afirmam no decorrer do tempo, de todos os sentimentos bons que não estão sob o domínio da paixão pura e simples, e sim da compreensão mútua.

Não existe sentimento negativo em que o azul predomine. Portanto, não é de se estranhar que o azul seja uma cor tão querida.

2. A cor da simpatia e da harmonia

A simpatia: azul 25% · verde 18% · vermelho 13% · amarelo 12% · laranja 10%

A harmonia: azul 27% · verde 23% · branco 9% · vermelho 8% · ouro 6%

A amizade: azul 25% · verde 20% · vermelho 18% · ouro 12%

A confiança: azul 35% · verde 24% · ouro 11% · amarelo 11%

O azul é a cor que foi mais vezes citada como a cor da simpatia, da harmonia, da amizade e da confiança. Esses são os bons sentimentos, aqueles que só se comprovam em longo prazo, florescendo, em geral, com o passar do tempo e tendo sempre como base a reciprocidade.

Por que será que a maioria das pessoas relaciona a cor azul a esses sentimentos, que são, na verdade, incolores? Será que as pessoas simplesmente transportam suas cores prediletas às melhores qualidades? Não se trata disso, pois pessoas que escolheram o vermelho, ou o preto, ou qualquer outra cor como sua favorita, também consideram, quanto a esse quesito, o azul como a cor típica, a cor certa.

É que quando associamos sentimentos a cores, pensamos em contextos muito mais amplos. O azul é o céu – portanto azul é também a cor do divino, a cor eterna. A experiência constantemente vivida fez com que o azul fosse a cor que pertence a todos, a cor que queremos que permaneça sempre imutável para todos, algo que deve durar para sempre.

E não é por acaso que o verde ocupa o segundo lugar mais citado para esses sentimentos. Ao contrário do divinal azul, o verde é terrestre, é a cor da natureza. No acorde azul-verde, o céu e a terra se unem. Com o verde, o azul divino se torna o azul humano.

3. Por que o azul tem um efeito distante e infinito?

A distância / a amplidão: azul 50% · cinza 10% · branco 10% · verde 8%
A eternidade / o infinito: azul 29% · branco 26% · preto 25%
A grandeza: azul 21% · preto 16% · ouro 15% · cinza 11% · vermelho 11%

A perspectiva produz a ilusão do espaço. As cores podem também produzir perspectiva. Ao se observar uma composição cromática composta por azul-verde-vermelho, o vermelho vai aparecer em primeiro plano, o azul será o mais afastado e distante → Fig. 36. A regra: uma cor parecerá tanto mais próxima quanto mais quente ela for; e tanto mais distante, quanto mais fria for.

Nós associamos as cores às distâncias porque elas realmente mudam com a distância. O vermelho só é luminoso quando está perto, assim como o fogo só aquece quando estamos próximos a ele. Quanto mais distante o vermelho estiver, mais azulado se torna. Todas as cores à distância se tornam mais tristes e azuladas, pois são recobertas por camadas de ar. Uma graduação de azul intenso para um azul mais fraco também dá uma sensação de perspectiva: o azul-claro em termos óticos ficará mais distante → Fig. 4. Quanto mais graduações estiverem à vista no céu, indo do azul-claro ao azul mais escuro, maior a impressão que se tem de poder ver mais longe. A esse efeitos os pintores chamam de “perspectiva aérea”. A regra é que as cores fortes atuam como se estivessem mais próximas do que as cores apagadas. Os pintores paisagistas sabem disso: todo céu é representado em cima com um azul mais profundo do que embaixo!

O conceito “lasur” vem da palavra italiana para o azul cerúleo, o “l’azzurro”; é com o “lasur” que são representadas todas as cores transparentes.

Nós percebemos a água e o ar como azuis – apesar de eles não serem realmente dessa cor. Um recipiente de vidro permanece sem cor quando está cheio de ar, e também quando está cheio d’água. Porém, quanto mais profundo um lago, mais azul a água parece ser. Com o aumento da profundidade, todas as cores se dissolvem em azul. O vermelho é o primeiro a se dissolver.

Desde que começaram a fazer tomadas da esfera terrestre a partir de grandes distâncias, a Terra passou a ser chamada de “Planeta Azul”.

Nossa experiência demonstra que o azul é gerado pela reprodução infinita de qualquer material transparente. Por isso o azul é a cor das dimensões ilimitadas.

O azul é grande.

4. Por que a fidelidade é azul?

A fidelidade: azul 35% · verde 18% · ouro 10% · vermelho 8%

O efeito psicológico do azul adquiriu um simbolismo universal. Como cor da distância, o azul é também a cor da fidelidade. A fidelidade tem a ver com a distância, pois ela é posta à prova somente quando surge a oportunidade para a infidelidade.

A fidelidade não é uma virtude que se coloca logo em evidência, assim como são pouco perceptíveis as flores azuis que simbolizam a fidelidade, os miosótis, as lobélias e as madressilvas. Antigamente se contava que o miosótis ganhou esse nome (em alemão essa flor se chama "não me esqueça", *Vergissmeinnicht)* quando um homem foi à margem de um rio colher algumas dessas florezinhas para sua amada, escorregou para dentro do rio e, antes de se afogar, gritou: "Não se esqueça de mim!". E a flor da chicória, com seu azul-claro e suas pétalas delicadas e estreitas, seria uma virgem que, após esperar longamente pelo retorno de seu amado, bem no ponto do caminho em que ele lhe dera um "até-logo", finalmente se transformou em flor. Na poesia romântica aparece como personificação da fidelidade a Sra. Staete – "*Staete*" significa "constância". A Sra. Staete traja um vestido azul. No mais famoso retrato de Madame Pompadour, pintado em 1758 por François Boucher, aparece uma pequena flor azul em seu peito, exatamente sobre seu coração – desta forma o quadro se tornou bem mais que uma simples representação de sua beleza e elegância, serviu também como declaração de amor a Ludwig XV, a quem o quadro foi destinado.

Em inglês o azul está estreitamente associado à fidelidade: "true blue" significa fidelidade inquestionável*, é uma combinação tão firme de cor e sentimento como é para nós "*Giftgrün*"**, que não existe em inglês. Na Inglaterra, o azul é ainda muito mais frequentemente citado como cor da fidelidade e da confiabilidade.

Os costumes ingleses exigem como equipamento das noivas: "*Algo velho, algo novo, algo emprestado e algo azul."*

Quando o príncipe Charles e a *lady* Diana Spencer se casaram, essa noiva evidentemente foi muito observada: "algo velho" era a renda aplicada em seu vestido, e que foi legado da rainha Maria. Emprestados e de propriedade dos

Spencer foram o diadema e os brincos da noiva, que pertenciam à sua mãe. “Algo azul” era uma fita azul-céu na sombrinha, que foi confeccionada para combinar com o vestido. Uma segunda fita azul foi costurada na parte interna da cintura do vestido. E o buquê da noiva continha pequenas verônicas azuis – desde o casamento da rainha Vitória, todos os buquês das noivas reais devem conter verônicas. Para conferir mais fidelidade a essa tradição, as flores são colhidas de plantas que descendem daquelas que foram escolhidas para o buquê da rainha Vitória.

Naturalmente a princesa Diana usou, em suas núpcias, seu anel de noivado com a safira azul. Essa tradição de anel de noivado com uma grande pedra preciosa não é comum na Alemanha. Na Inglaterra e nos Estados Unidos, a noiva recebe um anel com uma pedra preciosa, que deve ser a mais cara possível, pois demonstra o valor dos votos conjugais. A safira é a pedra que simboliza a fidelidade. A crença popular diz que, na mão de quem é infiel, a safira perde seu brilho.

* “*True blue*”, em inglês, significa uma pessoa absolutamente honesta e fiel; esse termo derivou da tintura “*true blue*”, também chamada “*Coventry blue*”, que ficou muito famosa por produzir uma cor imutável. (N.T.)

** Verde venenoso, costuma-se associar na Alemanha a cor verde à ganância e à inveja; foram os irmãos Grimm os primeiros a escreverem um conto em que foi cunhada a expressão *giftgrün*. (N.T.)

5. A maravilha azul da fantasia

A fantasia: azul 22% · violeta 19% · laranja 16% · verde 10%

O azul é a cor de todas as ideias cujas realizações se encontram distantes. No violeta, está simbolizado o lado irreal da fantasia – o fantástico. Laranja, como a terceira cor da fantasia, simboliza o prazer das ideias malucas. Azul-violeta-laranja, é esse o acorde da fantasia.

Como cor da distância e da saudade, o azul é também uma cor do irreal, até mesmo do ludibrio: quando alguém sugere acenar com o azul do céu aqui na terra, ou tenta iludir com névoa azulada, a vítima acaba ficando azul de susto.

Antigamente, na Alemanha, as pessoas chamavam as histórias mentirosas de "fábulas azuis". Aqui no Brasil também existe esse sentido para "ficar azul": ficar muito assustado, muito perturbado com alguma coisa. E por aqui costumamos também ficar "azuis" de fome. Quando um francês diz "*j'en reste bleu*", significa que não consegue sair de sua perplexidade. E quando exclama "*parbleu!*" é porque ouviu alguma coisa que não pode ser explicada pelas vias normais.

O capitão Urso Azul, um personagem cômico, conta continuamente histórias falsas. Esse urso, que é diferente de todos os outros ursos por seu pelo azul, é um excelente exemplo do uso criativo das cores → Fig. 13.

Em inglês se diz com frequência "*blue prints";* com essa expressão não estão se referindo à técnica, hoje em desuso, das velhas cópias de plantas tiradas em azul, e sim fazendo referência a planos e projetos "surgidos do azul" (de forma impensada) e que, na maioria das vezes, não se realizam. Contudo, eventualmente "mira-se no azul e acerta-se o preto" – ou seja, mesmo atirando a esmo, acertamos o alvo.

Desde 1998 existe a pílula para potência Viagra, ela é azul – e ganhou o apelido de "maravilha azul".

Na Holanda se diz "isso são apenas florzinhas azuis", no sentido de "nada mais que mentiras". Porém, as mentiras associadas à cor azul são somente artimanhas inofensivas – também o termo "blefe" dos jogos é aparentado com o azul, em termos idiomáticos (vem do francês *bleu*).

O grupo artístico *Der Blaue Reiter* (O Cavaleiro Azul), fundado em 1911 por Franz Marc, Wassily Kandinsky, Alfred Kubin e Gabriele Münter, recebeu esse

nome somente porque todos os seus fundadores gostavam de pintar cavalos, e sua cor predileta era o azul. Assim, eles pintavam cavalos azuis.

Henri Matisse pintava até tomates na cor azul. Quando lhe perguntaram por que ele fazia isso, ele disse que lamentava ser único a ver tomates azuis.

Yves Klein pintava quadros totalmente azuis. Inclusive chegou a patentear seu azul como “azul Yves-Klein internacional”. Na realidade, em geral trata-se do azul ultramarino sintético – só que fabricado segundo um método mais barato do que o usual. Para Klein, o azul era a cor das possibilidades ilimitadas.

6. O azul divino

Os deuses vivem no céu. Azul é a cor que os rodeia; por isso, em muitas religiões o azul é a cor dos deuses. As máscaras douradas dos faraós têm cabelos e barba azuis. É o azul da pedra semipreciosa chamada lápis-lazúli, uma pedra sagrada. O deus egípcio Amon tem, inclusive, a pele azul, para que possa voar sem ser visto. Também Vishnu, deus hindu que aparece em sua forma humana como Krishna, tem a pele azul, como sinal de sua origem celeste → Fig. 27. O mesmo acontece com o deus Rama → Fig. 12.

Entre os romanos, Júpiter era o senhor dos céus, e azul era a cor de seu reino. Como planeta, na astrologia o azul pertence à constelação de Sagitário; por isso, muitos astrólogos conferem aos nascidos sob esse signo o azul como cor típica; como Sagitário dispara suas flechas no céu, essa é a cor ideal. Sobre signos do Zodíaco e suas cores → Vermelho 23.

No mundo mediterrâneo e no Oriente Próximo, é muito comum o amuleto do "olho mágico". Trata-se de um olho redondo e estilizado, circundado de azul → Fig. 11. É o olho de Deus. Diz-se que simples contas de vidro azul também protegem de todos os males.

Em virtude de as cúpulas das igrejas simbolizarem a abóbada celeste, elas costumavam ser pintadas de azul.

Na religião dos judeus, o céu é o trono de Javé, e consiste de uma safira. As cores do sionismo são o azul, do divino, e o branco, da pureza; desse modo, a bandeira de Israel é branca com a estrela, azul, de Davi.

No mundo inteiro, a combinação de azul e branco simboliza valores supremos. Esse é o acorde cromático → da verdade → do bem → do judicioso.

7. A cor mais fria

O gélido / o frio: azul 44% · branco 23% · prata 15% · cinza 11%

O azul é a mais fria dentre as cores. O fato de o azul ser percebido como frio baseia-se na experiência: nossa pele fica azul no frio – até nossos lábios ficam azuis; o gelo e a neve têm uma cintilação azulada. O azul tem um efeito mais frio do que o branco, pois o branco significa luz – o azul é sempre o lado sombrio.

Desde os impressionistas, em 1850, começou-se a não mais reproduzir as coisas em suas cores reais, passando a dissolvê-las nas cores da luz; as antigas sombras marrons desapareceram da pintura. Na pintura moderna, as sombras não são pintadas de marrom, e sim de azul → Figura 5.

Como cor para ambientes, o azul não é aconchegante, pois ele dá a impressão visual de abrir o espaço, deixando entrar o frio. Quem deixar um espaço pintado de rosa ou amarelo e adentrar um espaço azul, espontaneamente sentirá que ali faz mais frio. “Cômodos totalmente atapetados de azul parecem relativamente amplos, mas são na verdade vazios e frios”, já pensava Goethe. Nos países quentes, esse efeito pode ser desejado, pois o azul desperta a impressão de um agradável frescor.

Azul-branco-prata, o acorde cromático do gélido e do frio; é o acorde ideal para a embalagem de todos os alimentos que devem ser conservados frios e frescos. O leite e os laticínios em geral são embalados em azul, branco e prata.

Os quadros de Picasso de seu “período azul” (1901-1904) mostram o azul passando exclusivamente um efeito de frio. A crítica de arte Helen Kay descreveu assim: “o famoso azul de Picasso é o azul da miséria, dos dedos frios, das frieiras, dos lábios exangues, da fome. É o azul do desespero,... o azul dos *blues*.”

O azul mais frio dentre as pinturas famosas é o azul-celeste de Caspar David Friedrich em *Die gescheitert “Hoffnung*” (A “esperança” frustrada, 1821). Ele mostra um navio destruído num mar gelado, e o céu é de um azul-claro especialmente frio.

Fazendo a transposição para o simbólico, o frio azul é também a cor do orgulho.

8. Cores primárias, pigmentos, cores artísticas

O azul é uma das cores elementares, que na Teoria das Cores são chamadas de “primárias” ou “básicas”. Uma cor primária não pode ser obtida pela mistura de outras cores.

Generalidades sobre a Teoria das Cores: existem três cores primárias – o vermelho, o amarelo e o azul. Todas as demais cores podem ser produzidas a partir dessas três cores básicas. Uma cor que resulte da mistura de duas cores primárias é chamada de cor secundária ou “cor mista pura”. O verde, o laranja e o violeta são as cores secundárias. Uma cor que se produza pela mistura de três cores primárias é chamada de cor terciária ou “cor mista impura”. Pode-se dar um tom mais escuro a todas as cores, misturando-se preto a elas, ou clareá-las, misturando-se branco.

Os artistas sabem: um matiz de cor não deve nunca ser obtido pela mistura de mais de três cores, pois se torna demasiadamente turvo. As três cores primárias fornecem, quando misturadas, o marrom; quanto mais cores forem adicionadas à mistura, mais opaca e escura ela se torna, resultando afinal num marrom acinzentado escuro. Se se quiser clarear novamente essa mistura com o acréscimo de branco, as cores, ainda assim, permanecerão turvas. Era isso o que pensava o pintor Eugène Delacroix quando disse: “O inimigo de toda pintura é o cinza”.

Hoje é possível produzir sinteticamente as cores primárias, sob a forma de tinta a óleo ou acrílica; antigamente era impossível se obter cores tão puras. O azul absolutamente puro, aquele que é utilizado em todas as gráficas, é o cíano, ou ciã → Figura 2; como cor artística é chamado também de “azul primário”. O vermelho puro se chama “magenta”, ou “vermelho primário”. O mais puro amarelo como cor de gráfica se chama simplesmente *yellow*, como cor artística é o “amarelo cádmio limão”. Os pintores preferem, contudo, pintar com os tons tradicionais – como o azul ultramarino e o azul da Prússia. Não apenas para evitar ter de fazer novas misturas toda vez que precisarem usar um matiz de azul, mas também porque essas cores se destacam por sua capacidade de cobertura e transparência.

A qualidade das cores é determinada pela matéria-prima com que elas são produzidas; o termo técnico para designá-las é “pigmento”. Quando compramos

cores, sejam elas azuis, vermelhas ou amarelas, em geral elas são igualmente caras. Os leigos em cores acreditam, por isso, que existe uma matéria-prima única para todas as cores, e que essa matéria-prima é apenas colorida nas diferentes cores. Contudo, em se tratando de cores, as matérias-primas variam muito. O pigmento pode ser obtido de plantas, de algum tipo de terra ou de minerais – e pode também ser sintético; ele será processado sempre sob a forma de pó colorido, que depois será misturado a alguma substância aglutinante, para que possa aderir à superfície que irá recebê-lo. Caso se misturasse o pigmento apenas com água, depois de secar seus resíduos se desprenderiam outra vez. Com o mesmo pigmento é possível fabricar diversos tipos de tintas: para aquarela, têmpera, tinta a óleo, tinta acrílica – apenas a substância aglutinante é que varia. Em tintas para aquarela, o pigmento é misturado com uma solução de borracha; nas tintas a óleo, com óleo; nas tintas acrílicas, com material adesivo acrílico; nos lápis de cera, com cera.

Como as cores podem parecer iguais, ainda que seus pigmentos sejam diferentes, é comum não se saber que tipo de pigmento foi utilizado em algumas pinturas antigas. As cores também podem parecer iguais, apesar de seus aglutinantes serem diferentes. Quando as pinturas modernas são envernizadas, nem mesmo os peritos sabem dizer se a pintura foi feita com tinta a óleo ou acrílica.

O importante nas cores são seus pigmentos. E seu preço varia muito. Embora a maioria dos pigmentos seja produzida sinteticamente, as diferenças de preços permaneceram: o azul Paris ou azul da Prússia são mais baratos do que o ultramarino; ainda mais caros são o cerúleo e o azul cobalto. Como cor artística, o azul cobalto custa cerca de cinco vezes mais do que o azul da Prússia. Essas diferenças de preço existem sobretudo nas cores artísticas, mas se fazem sentir também nas tintas de acabamento das indústrias automobilísticas. A maioria dos fabricantes distingue seis ou mais grupos de preços; dependendo do pigmento, uma tinta chega a custar até cinco euros, outras vão a quarenta euros. A maioria dos fabricantes oferece também sortimentos a preço único, as assim chamadas “cores de estúdio” – nessa modalidade, os tons caros recebem menos pigmentos e mais material de enchimento, apresentando uma pior cobertura. Além disso, as grandes empresas fabricantes de tintas para artistas produzem também sombras para os olhos e batons, pois também para esses produtos o essencial são os pigmentos – só os aglutinantes é que mudam.

Quando surgiu a simbologia das cores, que até hoje determina a concepção que temos delas, os pigmentos ainda não podiam ser produzidos sinteticamente,

e a diferença de preços era muito mais dramática. O preço de uma cor exercia influência decisiva sobre seu significado.

9. Ultramarino: a cor artística mais cara de todos os tempos

A cor para pintura mais cara de todos os tempos era o azul ultramarino. O autêntico azul ultramarino ainda é produzido para os amantes das cores históricas; o de melhor qualidade custa 15.200 euros o quilo (fonte de referência → Nota 10).

O ultramarino, o luminoso azul dos pintores, é conhecido desde a Antiguidade. Para a produção dessa cor se utilizava como pigmento uma pedra semipreciosa: o lápis-lazúli. Trata-se de uma pedra de cor azul profundo; não é transparente, tem veios brancos e granulações douradas. Antigamente, se acreditava que as granulações douradas fossem ouro – o lápis-lazúli se encontrava em jazidas tanto de ouro quanto de prata; porém, o que reluz como ouro é, na verdade, pirita, um minério sulfuroso que também era chamado de "ouro dos tolos".

"Ultramarino" significa "além-mar" – e foi de lá mesmo que veio o lápis-lazúli: vinha de além do Oceano Índico, do Mar Cáspio e do Mar Negro.

O lápis-lazúli é uma pedra semelhante ao mármore, que é triturada e depois laboriosamente socada num pilão, até virar pó. Em seguida, esse pó é misturado a um aglutinante. O pó assim obtido recebe então o nome de "ultramarino". Dele se pode fazer tinta para aquarela, têmpera e tinta a óleo.

O ultramarino mais nobre na arte europeia é o azul das miniaturas pintadas para o duque de Berry, *Les très riches heures du Duc de Berry.* É uma série de pinturas a têmpera sobre pergaminho, pintadas em 1410 pelos "irmãos de Limburgo", e que foram encadernadas como livros. Os irmãos Paul, Hermann e Johan eram pintores muito conceituados – apesar disso, o sobrenome deles é desconhecido; àquela época, era ainda impensável que os artistas assinassem seus nomes nas obras; nos livros de contabilidade do duque, eles constavam apenas como "os irmãos de Limburgo". Os irmãos pintaram cenas bíblicas, mas sobretudo cenas da vida na corte, páginas de calendário com motivos astrológicos – tudo o que pintassem era com azul ultramarino. Essa cor domina seus quadros, pois foram feitos para serem objetos de luxo. O duque havia encomendado quadros "*très riches*", o que significava suntuosos e muito caros. Até a presente data, esse azul não perdeu nada do seu brilho; essas obras

representam, ainda em nossos dias, referências, marcos da pintura.

Albrecht Dürer escreveu, em 1508, ao comerciante de Frankfurt Jacob Heller, que dele havia encomendado um altar, quanto ele havia gasto com o azul ultramarino que seria necessário para a feitura da obra: “Eu paguei ao vendedor 12 ducados de arte por uma onça de ultramarino de boa qualidade.” Dürer trocou obras de arte no valor de 12 ducados – isso equivalia a 41 gramas de ouro – por trinta gramas de ultramarino. Hoje, há muito tempo que o ouro já não é tão caro quanto à época de Dürer; se levarmos em conta a grande necessidade de ouro que existia então, para cunhagem de moedas, em contraposição à escassa produção desse metal, esse preço equivaleria a, pelo menos, dez vezes o preço atual do ouro. Mas, naquela época, ninguém poderia ter comprado uma pintura de Dürer por 41 gramas de ouro (equivalentes, em valores da época, a cerca de mil euros). Dürer era um dos pintores mais bem pagos de seu tempo – e ele só trocou gravuras feitas por gravadores em cobre, baseadas em seus desenhos. Suas próprias gravuras, que eram vendidas nos mercados, também eram caríssimas – mas, na melhor das hipóteses, ele teria dado três ou quatro gravuras por uma onça de ultramarino.

Dürer escreveu que se tratava de ultramarino “bom”, pois existiam diversas qualidades dessa tinta: quanto mais brilhante, mais cara. Nos pedidos do pintor, ele anotava exatamente a quantidade de ultramarino, e de que qualidade, seria utilizada, e em que partes do quadro. O custo dessa cor foi anotado em separado na fatura. Nos quadros de Dürer, contudo, não se vê ultramarino luminoso – o que, entretanto, não depõe contra a qualidade de sua tinta. Na pintura antiga, a tinta era aplicada em muitas camadas, cada tom de cor resultava da mistura visual ideal das cores, depois de aplicadas umas sobre as outras. Os velhos mestres começavam sempre com uma base escura – desse modo o poder de luminosidade do ultramarino era quebrado, o que também era um efeito desejado – pois o ultramarino puro é tão intenso, que acaba predominando demais sobre as outras cores.

Havia mais um motivo para a escassez de azul luminoso: no século XIX, tornou-se moda dar um acabamento em verniz marrom, em todas as pinturas. Toda e qualquer cor que fosse luminosa era considerada banal e *kitsch*. Dürer, como o grande pintor da Alemanha, usava uma cobertura particularmente espessa de “revestimento de molho marrom” – que é como os restauradores denominam essa técnica hoje. Atualmente esse verniz é retirado, quando possível – o que faz com que a obra dos antigos mestres voltem a reluzir com cores que nunca poderíamos imaginar que tivessem sido utilizadas → Marrom

14 → Figura 97. O puro azul dos irmãos de Limburgo conservou-se porque eles o pintaram sobre pergaminho, e o pergaminho não admite o acabamento em verniz.

Desde 1834, o ultramarino já pode ser fabricado artificialmente. O ultramarino sintético custa atualmente, por quilo, dependendo da qualidade, de 10 a 30 euros. Hoje é possível produzir até mesmo o próprio lápis-lazúli – por isso há muita variação de preço nas joias fabricadas com essa pedra semipreciosa.

Outro pigmento azul muito utilizado antigamente era a azurita, que também era obtida de uma pedra azul. Mas a azurita estava longe de ser tão luminosamente azul – e seu preço também estava longe de comparar-se ao do ultramarino; sua importância é, hoje em dia, meramente histórica.

Em 1775, conseguiu-se fabricar um novo azul – o azul cobalto. Ele ganhou seu nome de *Kobold,* que significa “gnomo” em alemão, pois é obtido do mineral de cobalto; em algumas minas, os cristais de cobalto brilham como se fossem olhinhos de gnomos. O cobalto azul tem um tom de cor ligeiramente vermelho, muito intenso, que não pode ser substituído por nenhuma outra cor. Para Van Gogh, o azul cobalto era o azul divino.

O azul cobalto foi a perdição do genial falsificador Van Meegeren, que falsificou em 1935 um Vermeer (1632-1675) que havia sido pintado com azul ultramarino autêntico. Porém, quando Van Meegeren fez sua falsificação, o azul ultramarino havia desaparecido, há tempos, do mercado. Van Meegeren conseguiu, com grande esforço, obter a antiga matéria-prima. Contudo, o azul ultramarino que lhe venderam não era cem por cento puro – estava misturado com um pouco de azul cobalto, pigmento que não se usava nos tempos de Vermeer. O cobalto, detectado pela análise química, desmascarou o falsário.

Ainda que na pintura o azul fosse a cor mais nobre, e na simbologia ele corresponda a uma cor divina, como cor de vestuário o azul sempre foi uma cor usada por todos. Quando, em 1570, o papa Pio V estabeleceu as cores litúrgicas para as vestimentas sacerdotais, para cobrir o altar e enfeitar o púlpito durante a missa, ele proibiu que se usasse o azul para essas finalidades, pois o azul havia se tornado uma cor excessivamente comum. A culpa disso pode ser atribuída ao índigo, a cor têxtil mais famosa de todos os tempos → Azul 16. O índigo sempre foi uma cor barata. Com o índigo podia-se fazer também cores para pintura a óleo, têmpera e aquarela – mas em virtude de ser uma cor opaca e não ser muito resistente à luz, não era uma cor nobre. Para os amantes das cores históricas, são fabricadas ainda hoje aquarelas de índigo autêntico. Contudo, os peritos

desaconselham seu uso, pois ele desbota. O que hoje ainda se vende como azul índigo é uma cor puramente sintética.

O azul dos pintores era caro e nobre, o azul dos tintureiros barato e ordinário. O azul é uma cor cuja importância foi sempre determinada por seu preço.

10. A cor das virtudes intelectuais e masculinas

A inteligência: azul 25% · branco 25% · prata 15%
A ciência: azul 22% · branco 20% · cinza 15% · prata 14%
A concentração: azul 23% · branco 18% · preto 15% · cinza 12%
A independência: azul 28% · verde 15% · preto 11% · ouro 9% · amarelo 8%
A esportividade: azul 32% · branco 20% · verde 12% · prata 10%
O masculino: azul 36% · preto 28% · marrom 15% · cinza 7% · vermelho 5%

O azul é a principal cor das virtudes intelectuais. Seu acorde típico é azul e branco. Essas são as principais cores da inteligência, da ciência, da concentração. A esportividade, embora não seja uma virtude intelectual, goza, no entanto, de tamanho prestígio social, que é igualmente dominante no acorde azul-branco.

Sempre que se exige que a fria razão sobrepuje a paixão, a cor azul aparece como cor principal. O primeiro computador a conseguir vencer um campeão mundial de xadrez levava o nome, extremamente significativo, de *Deep Blue*.

Faz muito sentido que o azul seja a principal cor do masculino. Contudo, pela simbologia antiga, o azul era a cor do feminino. O azul é o polo oposto, passivo e tranquilo, do vermelho, ativo, forte e masculino. A exceção, que faz com que o azul seja a cor mais citada para o masculino, são as cores para bebês – rosa para meninas, azul-claro para os meninos –, uma moda que hoje está quase desaparecida → Rosa 5. Em segundo lugar como cor mais citada para o masculino veio o preto; essa é uma associação que corresponde melhor à autoimagem tradicional do homem forte.

11. O azul feminino

De acordo com a tradição antiga, o azul simbolizava o princípio feminino. O azul é plácido, passivo, introvertido; no simbolismo ele pertence à água, que também é um atributo feminino.

Em todas as línguas há nomes que são tirados das cores. A algumas cores correspondem predominantemente nomes de meninas, a outras, nomes masculinos. Esse é um indício para que se possa saber se uma cor, na simbologia, é masculina ou feminina. O azul pertence, sem sombra de dúvida, aos nomes das meninas.

Do nome latino *caelestis* – azul-celeste – foram compostos os nomes Celestina, Celina, Coelina, Selina. Do azul-celeste de outras línguas vieram Urdina, Sinikka, Saphira. “Bluette” é como se chamam as centáureas azuis francesas – e é também um nome feminino. “Íris” também é uma flor azul e nome de mulher. Em contraste, existe apenas um nome masculino azul: Douglas, que significa “o azul-escuro”. Prenomes e cores → Branco 6.

“Azul”, como sobrenome, é muito mais raro do que “Preto” ou “Vermelho” (em alemão, “Schwarz” e “Rot” são sobrenomes comuns). Em virtude de os sobrenomes se perpetuarem século após século na linhagem masculina, sobrenomes femininos foram sempre evitados. Sobrenomes e cores → Preto 18.

O azul como cor feminina teve sua importância fundamental na pintura antiga, por ser a cor simbólica da Virgem Maria, a mulher de maior destaque no cristianismo. Maria foi a figura mais pintada da trindade cristã. Azul é sua cor → Azul 12.

Os astrólogos não são unânimes sobre o signo zodiacal ao qual a cor azul deve pertencer. Alguns o atribuem ao planeta Júpiter, pois ele é o regente da constelação de Sagitário – e na astrologia clássica também da de Peixes. A maioria dos astrólogos, em suas interpretações, inspira-se no significado do termo que deu nome ao signo. E por isso, costuma-se atribuir quase sempre o feminino azul ao signo de Virgem. À virgem e ao azul pertencem as tão citadas qualidades femininas, como: passividade, reserva, busca por harmonia, amor à ordem. A safira é a pedra preciosa atribuída ao signo de Virgem.

12. O azul das madonas e as cores simbólicas cristãs

As cores simbólicas da pintura cristã: azul para Maria, vermelho para Jesus, púrpura-violeta para Deus-Pai, verde para o Espírito Santo → Fig. 18. Essa é a regra, cujas origens serão esclarecidas, neste livro, nos capítulos dedicados a cada uma das cores. Frequentemente há exceções que, contudo, não fazem com que as regras deixem de vigorar, nem com que sejam arbitrárias. As exceções não são casuais; antes, concedem ao que está representado um significado diferente do que o costumeiro – e a atribuição excepcional de alguma cor era determinada pela simbologia tradicional das cores.

O papa Gregório Magno (540-604) promulgou a lei suprema para a pintura cristã: toda imagem religiosa deve contar uma história que seja compreensível para todos. Esse papa estabeleceu uma condição aos artistas: “Na casa de Deus, as imagens devem ser, para os homens simples, o que os livros são para os cultos.” Durante séculos, foi esta a lei suprema da pintura cristã.

As cores simbólicas do cristianismo aparecem, na maioria das vezes, nas vestimentas e são, de modo geral, sinais de reconhecimento: pela cor da vestimenta das pinturas antigas, é possível, em geral, saber quem está representado ali. Além disso, elas caracterizam as qualidades de quem as veste.

O azul feminino é a cor de Maria – que chamamos também de “a cor de Nossa Senhora”. Maria aparece num luminosíssimo azul ultramarino como Virgem, como Nossa Senhora da lua crescente e deusa celestial. Como manto, Nossa Senhora carrega um manto azul, tão vasto quanto o céu sobre os fiéis. Como Nossa Senhora das Dores, ela traja um vestido de um azul profundo.

Mas nem sempre Maria traja azul. A cor de suas vestimentas não depende do gosto do pintor, e sim da hierarquia dos santos nas pinturas. Se Maria estiver representada ao lado de Jesus, ela não estará vestida de azul ultramarino – pois essa era a cor mais cara da pintura: Maria é a mãe de Deus, a rainha celestial; entretanto, Jesus não é príncipe, é Deus. Sendo assim, Maria não deve trajar cor hierarquicamente superior à de Jesus. Desse modo, a importância gasta para as vestimentas de Maria precisava ser menor quando ela fosse pintada ao lado de Jesus: nessas ocasiões ela aparece vestida de azul-escuro – para isso era suficiente um ultramarino de qualidade inferior, ou algum outro pigmento azul.

Nos quadros da Idade Média, Jesus muito raramente está trajando azul – e

nunca quando está ao lado de Maria. Ele também nunca é o azul luminoso; sua cor é o vermelho, tradicional como cor masculina.

Os pintores seguiam de bom grado essas regras hierárquicas, pois esteticamente elas também faziam sentido: o azul luminoso tem a tendência a expandir-se, apagando todas as outras cores. O azul luminoso, perto do vermelho luminoso, produz um indesejado contraste cintilante.

Contudo, em muitos quadros Maria também traja vermelho, especialmente quando ela é retratada em ambiente mundano, como era comum ao final da Idade Média. Assim foi em *A virgem do chanceler Nicholas Rolin*, de Jan van Eyck (1437), que representa Maria ao lado do rico chanceler Rolin, que mandou pintar o quadro para si. No cenário mundano dessa pintura, ao lado de um potentado real – Rolin foi o homem mais poderoso do ducado de Borgonha – ela teria ficado semelhante a uma serva, caso estivesse trajando azul; porque, na realidade, eram os artesãos e os servos que se vestiam de azul, ao passo que vermelho era a cor dos soberanos e da nobreza → Vermelho 9. Por isso, em vez da cor simbólica do cristianismo, Van Eyck escolheu as cores da hierarquia social.

Em 1858, em Lourdes, a Virgem Maria apareceu junto a uma fonte diante de Maria Bernardette Soubirous, uma adolescente de 14 anos. A menina viu Maria num vestido azul-claro com uma capa branca – bem ao gosto do que estava na moda naquela época. Desde então, o azul-claro com branco se tornou a combinação de cores preferida para os trajes de Maria. O delicado acorde cromático contribuiu para que as imagens da Virgem em traje azul-claro se tornassem o protótipo do *kitsch* religioso.

13. O segredo das cores complementares

É um princípio geral da teoria da mistura de cores que as cores complementares são, tecnicamente falando, aquelas que mais contrastam entre si; são chamadas também de “cores complementares”. No círculo cromático, as cores complementares se encontram sempre umas diante das outras. Diante de cada uma das três cores primárias – azul, vermelho e amarelo – encontra-se uma cor secundária, portanto: laranja, verde e violeta. Os pares de cores complementares são constituídos por: azul-laranja, vermelho-verde, amarelo-violeta. Todos os pares de cores complementares, quando misturados entre si, fornecem um marrom acinzentado → Fig. 95. Portanto: Azul + laranja é na verdade azul + amarelo + vermelho

Vermelho + verde é na verdade vermelho + azul + amarelo

Amarelo + violeta é na verdade amarelo + azul + vermelho.

É esse o segredo das cores complementares: em virtude de sempre uma das duas cores ter aquilo que falta à outra, em sentido técnico-cromático elas são as cores que mais contrastam entre si.

O círculo cromático, com suas seis partes → Fig. 52, é uma ferramenta simples para o reconhecimento das cores complementares. O amarelo, que é a cor mais clara de todas, deve colocar-se acima. Diante dele encontra-se o violeta, a cor mais escura do círculo. À esquerda e à direita dele estão, respectivamente, o vermelho e o azul, cores de cuja mescla se obtém o violeta. Entre as cores primárias encontra-se sempre aquela que é uma mistura de ambas. Entre o amarelo e o vermelho encontra-se o laranja, e entre o amarelo e o azul está o verde.

Os pintores antigos sabiam, naturalmente por experiência, como as cores se combinavam – porém desconheciam o princípio das cores complementares. Na simbologia cromática, as cores complementares também não representavam nenhum papel.

14. As cores contrárias psicológicas

Será introduzido aqui um novo conceito acerca da teoria da ação das cores: o das cores psicologicamente opostas. Pois a ação das cores sobre o sentimento e a razão não corresponde aos comportamentos técnicos que as cores têm entre si. Desse modo, vermelho e verde são cores complementares; contudo, nós percebemos o azul e o vermelho como contrastando com mais força.

As cores psicológicas opostas são constituídas por pares de cores que, de acordo com nossas sensações e com nosso entendimento, dão a impressão de se oporem com máxima intensidade; essas oposições serão aplicadas de maneira fundamental na simbologia.

Em nenhum acorde da pesquisa as cores psicológicas opostas se encontram uma ao lado da outra, pois nenhuma propriedade, nenhum sentimento pode ao mesmo tempo ser também seu contrário. Se cores opostas forem utilizadas numa composição artística, o efeito contraditório resultante não passará despercebido.

Cores psicológicas opostas	Contraste simbólico
Vermelho – azul	ativo – passivo quente – frio ruidoso – silencioso corpóreo – mental masculino – feminino
Vermelho – branco	forte – fraco cheio – vazio passional – insensível
Azul – marrom	mental – terreno nobre – plebeu ideal – real
Amarelo – cinza e laranja – cinza	radioso – turvo exibido – secretivo
	colorido – incolor

Laranja – branco	insolente – recatado
Verde – violeta	natural – antinatural realístico – mágico
Branco – marrom	limpo – sujo nobre – plebeu claro – abafado inteligente – estúpido
Preto – rosa	forte – fraco grosseiro – delicado duro – macio insensível – sensível exato – difuso grande – pequeno masculino – feminino
Prata – amarelo	frio – quente decente – insolente metálico – imaterial
Ouro – cinza e ouro – marrom	puro – impuro caro – barato nobre – trivial

15. Os tintureiros bêbados

Durante muitos séculos a cor da vestimenta não era uma questão de gosto, e sim de dinheiro. A obtenção dos corantes era laboriosa, muitos corantes precisavam ser importados, o tingimento exigia trabalho intenso e tudo isso encarecia os tecidos tingidos → Vermelho 10, → Violeta 3. Contudo, existiam também as cores baratas – mas essas não eram resistentes à luz nem à lavagem; sendo assim, os tecidos perdiam a cor muito rapidamente. Porém, o azul era exceção: tingir de azul era fácil em toda parte; desde a Antiguidade se conhecia uma cor que era resistente à luz: o índigo, que foi a mais importante das tintas. O azul-índigo, o azul dos *blue-jeans*, pode variar do azul-pálido ao azul-preto.

O índigo fez do azul a cor preferida de todos os tempos para as vestimentas. Isso conduziu a uma nova significação para o azul: azul como cor do dia a dia e do trabalho.

De todas as cores naturais, só o púrpura e o açafrão são resistentes à lavagem e à exposição à luz – porém eram extremamente caros. O azul índigo tinha uma particularidade: podia ser extraído de uma variedade de plantas que cresciam ao redor do mundo. Foram encontradas múmias egípcias envoltas em tecidos tingidos de azul-índigo; na China, essa tinta é conhecida há milênios; os celtas pintavam o rosto de azul com pastel (*Isatis tinctoria)*, para amedrontar as tropas de César; os índios sabiam como fazer o índigo-azul; os tuaregues, povo nômade cavalgante do Saara, tingem seus trajes com um índigo tão intenso que os cristais da tinta conferem à sua roupa um brilho metálico, que reflete a luz solar.

Na Europa Central obtinha-se a tinta do “pastel”, sendo seu nome botânico *Isatis tinctoria*, que significa “planta que tinge” – é uma planta herbácea, de talo reto, podendo ir de 25 a 140 cm de altura, com um ramalhete de pequenas flores amarelas em sua parte superior; em seu talo se encontram as folhas alongadas, que é de onde se extrai o corante.

Carlos Magno (768-814) ordenou o cultivo da *Isatis tinctoria* em todo seu reino. Na Idade Média havia cidades famosas pelo cultivo dessa planta: Erfurt, Gotha, Amstadt, Langensalza, Tennstedt; a partir delas a *Isatis tinctoria* era distribuída por toda a Europa. No início do século XVIII ainda havia mais de trezentos povoados turíngios que viviam dessa planta.

A tinturaria, na Idade Média, era uma ciência secreta. Em parte, só foi

possível desvendar os segredos da tinturaria mediante auxílio da química moderna. O pastel se utilizava da seguinte maneira: eram colhidas somente as folhas, cortando-as do talo e deixando o resto da planta no solo, possibilitando assim várias colheitas. As folhas de pastel eram maceradas e depois secas ao sol.

Tingir de azul exigia que o tempo estivesse bom – era preciso fazer calor por pelo menos duas semanas. Como utensílios, necessitava-se apenas de cubas, grandes e retas, feitas de troncos cavados e secos ao sol. Nessas cubas eram colocadas as folhas secas de pastel; em seguida elas eram cobertas com um líquido. Tratava-se de um líquido cuja espécie é única na química: urina humana.

Exposto ao sol, esse caldo de urina com pastel começava a fermentar, produzindo álcool, que dissolvia a substância índigo das folhas. O processo químico era desconhecido na Idade Média, mas era sabido que a fermentação aumentava, e produzia maior quantidade de corante, caso mais álcool fosse acrescentado à mistura. Contudo, o álcool não era acrescentado diretamente ao caldo, pois isso seria um desperdício! Para evitar isso, o álcool era adicionado através de um desvio: nas velhas receitas, estava anotado que a cor resultava especialmente boa se fosse preparada com a urina de homens que estivessem ingerindo álcool em quantidade.

Levava pelo menos três dias até que o corante fosse extraído das folhas. Caso o sol não brilhasse, poderia levar até uma semana. Os tintureiros contratados tinham que continuar revirando as folhas em decomposição. Faziam isso pisando, descalços, ao redor do caldo de folhas – talvez porque esse método oferecesse a vantagem de eles poderem ter as mãos livres, para taparem o nariz. No mais, precisavam apenas conservar as folhas úmidas, garantindo o fornecimento de urina sobre elas.

Segundo a receita, o corante estará separado das folhas quando o mau cheiro diminuir – porém ainda não estará pronto para tingir. O corante dissolvido em álcool deve agora tornar-se solúvel em água, por intermédio de uma segunda fermentação, à qual se adicionava sal. Os tintureiros deveriam então esperar de três a oito dias mais, durante os quais a única coisa a fazer era continuar revolvendo o molho e ir repondo a urina evaporada – e, principalmente, cuidar para que não faltasse o adicional alcoólico, pois quanto mais álcool, maior a fermentação, maior a produção de corante, mais intenso o azul. Somente quando o molho começasse a mofar é que se podia dar início ao tingimento de tecidos e fios, que deviam permanecer um dia inteiro no molho para se embeber suficientemente de tinta. Em seguida, eram lavados, mais uma vez, em urina. Mesmo assim ainda não estavam azuis, adquiriam a cor nada apetitosa daquele

molho. Somente durante a secagem à luz do sol é que surgia o azul. O índigo é um pigmento que tinge por oxidação. E, justamente por surgir quando da exposição ao sol, é tão resistente a ele.

O pastel tinha ainda uma vantagem adicional: podia se armazenar por prazo indeterminado. Caso não fosse ser usado imediatamente, faziam-se bolas com as folhas fermentadas e deixavam-nas secar. Eram também vendidas dessa maneira. Para poder usá-las novamente, era necessário embebê-las mais uma vez em urina.

Pondo de lado o mau cheiro, o tingimento era uma atividade agradável. Os tintureiros trabalhavam ao ar livre, com bom tempo, e havia bebida à vontade. Quando os tintureiros eram vistos estendidos, dormitando sob o sol, todos já sabiam: estavam fazendo o azul. Todos que haviam feito o azul estavam embriagados – e na Alemanha se diz até hoje dos bêbados, que eles estão azuis!

Era assim, tão prazerosa, a atividade de produzir o azul na Alemanha. Em virtude disso, é somente lá que os bêbados são azuis, e somente lá se diz, quando alguém não comparece ao serviço: “ele está fazendo o azul”.

Foi extremamente súbito o desaparecimento do tingimento com pastel. O pastel foi substituído por uma tinta índigo melhor, para cuja preparação dispensava-se o álcool adicional. Do pastel, atualmente, não se conhece mais nem o nome. Mas permaneceram as expressões, na Alemanha, “fazer” ou “estar” azul, que são até hoje ainda muito populares – mesmo que sua origem tenha sido esquecida há tempos.[1]

16. Índigo: a cor do diabo – e a cor sempre preferida para roupas

"Índigo" significa "indiano"; trata-se de um corante procedente da Índia. Lá cresce uma planta em cujas folhas o corante azul está mais concentrado do que em todas as outras: *Indigofera tinctoria* – "planta corante indiana", é como a chamam os botânicos – e abreviadamente são chamadas, tanto a planta quanto o corante, de "índigo", ou "anil".

O índigo é um arbusto com flores em cachos, brancas ou rosa, das quais brotam frutos leguminosos. Em termos botânicos, não há parentesco entre o pastel e o índigo – porém o corante se encontra também nas folhas que são fermentadas com urina. A diferença em relação ao pastel europeu é que o azul do índigo é mais intenso. E, sobretudo, o índigo tem trinta vezes mais corante do que o pastel.

Em 1498, Vasco da Gama descobriu o caminho marítimo do índigo. Todos os navios das companhias comerciais portuguesas descarregavam nos portos as tintas da Índia, que eram muito melhores que as europeias. Os que até então haviam cultivado o pastel lutavam pela sobrevivência. Em 1577, o índigo foi proibido na Alemanha, tendo sido essa a primeira de uma grande série de proibições. Na França, o índigo foi proibido em 1598. Na Inglaterra também foram aniquilados todos os estoques de índigo – até que os ingleses, a partir de 1611, fundaram suas próprias companhias de navegação na Índia e o índigo foi reintroduzido na Inglaterra. O imperador alemão, em 1654, declarou o índigo a "tinta do diabo".

Porém, o índigo era melhor que o pastel, e graças à competição entre as companhias comerciais, foi se tornando mais barato. No que tange à proibição, não era possível saber se o artigo havia sido tingido com pastel ou com a "tinta do diabo". O pior dos índigos fornecia uma cor igual ao melhor pastel. Os tintureiros de Nuremberg precisavam jurar, a cada ano, que não utilizariam índigo. Esse juramento não era apenas uma declaração de honra, já que o uso de índigo era punido com a pena de morte.

Contudo, o índigo surgia de todos os lados. A proibição não surtiu efeito e foi perdendo força: em 1699, o índigo passou a ser permitido na França – os franceses já tinham suas próprias companhias comerciais e importavam de forma

autônoma. Em 1737, os que tentavam proteger o pastel tiveram que capitular. O índigo foi legalizado. Um ano mais tarde, o pastel deixou de ser cultivado na Alemanha.

A guerra do pastel contra o índigo foi uma tentativa de impor um produto pior em lugar de outro, que era melhor e mais barato. Apesar da propaganda maciça a favor do pastel – proteção estatal do produto e criminalização do concorrente – a campanha não obteve êxito.

A "cor do diabo" tornou-se então, também na Alemanha, "a rainha dos corantes". Mas foi também na Alemanha que o índigo teve finalmente decretado o cessar de sua utilização milenar como corante.

Em meados do século XIX, os químicos conseguiram produzir corantes a partir de um componente do alcatrão de hulha, que foram batizados como cores de anilina. "Anilina" tem sua origem na antiga palavra indiana para o azul do índigo *(anni*, de onde se derivou "anil"). O que então interessava era a produção desse azul; porém, a primeira cor artificial comercializada (em 1856) foi um delicado lilás: o malva. Um pouco depois, os químicos conseguiram produzir um vermelho, o fúcsia. Depois, o verde artificial. O azul permaneceu um mistério. Os alquimistas sonharam com o ouro artificial – mas o azul artificial era com o que os químicos sonhavam.

As cores artificiais hoje são tão normais que causa assombro saber que a indústria química nasceu como uma indústria dedicada à produção de corantes artificiais. Os nomes dos gigantes da indústria química podem demonstrá-lo: *Farbwerke Hoechst* (Fábrica de Corantes Hoechst), *Farbenfabriken Bayer* (Fábrica de Corantes Bayer); a BASF, cujo nome significa *Badische Anilinfarben und Sodafabrik* (Fábrica de Corante de Anilina e de Soda de Baden) e a AGFA, a famosa empresa de filmes fotográficos, ganhou seu nome das iniciais de *Aktien-Gesellschaft für Anilinfarben* (Sociedade Anônima de Corantes de Anilina). A Hoechst e a Bayer foram fundadas em 1863; a BASF, em 1865; era a época da fundação da química europeia. A BASF empregava então trinta trabalhadores.

Em 1868, Adolf Baeyer, professor da Academia da Indústria de Berlim, conseguiu produzir o índigo artificial, apesar de não ter conseguido desvendar sua composição química. O índigo de Baeyer era do mais puro azul e da melhor qualidade, porém esse produto artificial tinha um problema: era mais caro que o ouro. Em 1883, Baeyer, então professor de química em Munique, descobriu a fórmula estrutural do índigo: $C_{16}H_{10}N_2O_2$ – eis o índigo. Apesar de todas as tentativas, não se logrou encontrar um modo barato para fabricá-lo.

Químicos e técnicos de todas as nações tentavam descobrir o processo. Só a BASF investiu na pesquisa 18 milhões de marcos de ouro – em valores atuais seria uma soma de milhões de euros. A BASF havia chegado a ser uma empresa próspera graças aos corantes de anilina, porém suas inversões no índigo artificial ultrapassaram seu capital inicial. Os acionistas exigiram a cessação da ruinosa pesquisa. Para que, afinal de contas, produzir índigo artificial? O índigo natural, obtido a partir das plantações da Índia, produzido por operários que ganhavam apenas um punhado de arroz ao dia, era tão barato!

Os ingleses, que então eram os colonizadores da Índia, dominavam o comércio do índigo autêntico. Eles se preparavam cuidadosamente para a eventual concorrência de um corante artificial. Eles diminuíram o preço do índigo natural para que se tornasse menor o interesse pelo artificial – porém, continuaram as investigações. Os comerciantes das Índias Britânicas começaram a acumular sua mercadoria; dessa maneira, caso aparecesse no mercado o índigo artificial, poderiam oferecer o natural a preço mais baixo, até que o artificial fosse esquecido.

Em 1897, aconteceu o que se temia. A BASF alcançou êxito. Em seu romance intitulado *Anilin*, baseado em fatos reais, Karl Alys Schenzinger descreve o que então aconteceu:

> "Os preparativos para a luta começaram. O índigo sintético alemão despontou no mercado, que há séculos era totalmente dominado pelo índigo natural, atualmente com uma produção mundial de nove milhões de quilogramas ao ano.
> A batalha decisiva eclodiu. Ela durou quinze anos.
> Já o primeiro confronto evidenciou a superioridade do novo corante. O índigo sintético era mais puro do que o natural, mais forte na cor e de utilização mais simples. Seu conteúdo de substância corante era sempre o mesmo. O índigo artificial não dependia do rendimento das colheitas. A situação climática e das plantações não desempenhava nenhum papel em sua produção. Todos os testes obtinham resultados cem por cento positivos. O índigo natural se defendia com preços perigosamente baixos."

Os comerciantes do índigo tentaram de tudo: os trabalhadores nas plantações recebiam salários cada vez menores, a produção foi aumentada, as folhas eram prensadas; inventou-se um tipo mais robusto de plantas; as plantações foram irrigadas, o solo adubado. Tudo em vão: "O índigo artificial vencia qualquer manobra de preços. Apenas três anos depois, a posição do índigo natural no mundo se encontrava comprometida; passados mais três anos, estava reduzida a zero."

Em 1897, quando o índigo artificial chegou ao mercado, as Índias Britânicas venderam ao mercado mundial 10 mil toneladas de índigo verdadeiro. A Alemanha vendeu 600 toneladas de índigo artificial. Em 1911, as Índias Britânicas venderam ainda 860 toneladas de índigo – mas da Alemanha saíram

22 mil toneladas.

A BASF empregava então 9 mil funcionários. Adolf Baeyer recebeu um título de nobreza por seus méritos na descoberta do índigo artificial.

17. A cor dos uniformes: azul da Prússia

Azul da Prússia, vermelho inglês, verde russo – essas combinações de cores e nacionalidades fazem lembrar as cores dos uniformes antigos.

Por que os prussianos usavam azul-escuro? Poderíamos buscar explicações baseadas num psicologismo, tais como: porque o azul acalma, é ordeiro, sério. Podemos especular acerca do caráter obediente dos prussianos. Na verdade, havia uma razão decisiva, e ela era econômica: os uniformes de cor azul-escuro foram introduzidos por Friedrich Wilhelm (1620-1688), conhecido como o "Grande Eleitor de Brandenburgo"; ele precisou proteger os cultivadores de pastel na época da luta contra o índigo.

Quando Brandenburgo foi promovido a Reino da Prússia, o azul dos uniformes foi cunhado de "azul da Prússia". Até a Primeira Guerra Mundial as tropas alemãs se vestiam com azul da Prússia. Só os bávaros tinham sua própria cor – azul-claro. Eram soldados vestidos de jaqueta azul-clara, colarinho branco e cordões e botões azuis: cores que hoje parecem absurdas para serem usadas em uniformes de soldados. Mas soldados de outros países também trajavam cores vistosas → Vermelho 11. Durante o tempo em que se combateu corpo a corpo, a indumentária de cores evidenciava, à distância, a fortaleza de um exército.

Na Primeira Guerra Mundial, as cores desapareceram dos uniformes. As armas eram disparadas de posições protegidas, tinham um alcance muito maior e os soldados precisavam se tornar invisíveis. Todos passaram a usar cores propícias à camuflagem.

18. O azul real e o azul operário

O prático: azul 22% · cinza 17% · branco 16% · verde 14%

O técnico e funcional: azul 22% · prata 19% · cinza 18% · branco 16% · preto 12%

Trajar vermelho, na Idade Média, era um privilégio dos nobres → Vermelho 9, ao passo que o azul era permitido para todos – porém não qualquer tom de azul. Um azul-claro e brilhante era cor nobre, era o azul da nobreza. Da Ásia eram importados tecidos tingidos de índigo. A fabricação de seda era, para o europeu, tão misteriosa quanto a fabricação desse azul. O azul luminoso era, desde o século XIII, a cor do manto de coroação dos reis franceses. No século XVII, nos tempos de Luís XIV, quando foi legalizado o índigo, o azul era a cor da moda das cortes. Luís XIV desenvolveu pessoalmente um gibão azul bordado de ouro e prata – era o sonho de todo cortesão poder usar um gibão igual àquele, porém só o rei tinha permissão para usá-lo. O mais lindo azul foi chamado de "azul real", e ainda hoje essa cor é apreciada como tonalidade azul de tinta.

A lã e o linho, que não sofriam descoloração quando eram tingidos com pastel, adquiriam uma cor turva, de aparência suja. Era a cor dos extratos inferiores, a que deveriam usar também os criados e os servos – é muito prática, pois o azul é a cor em que a sujeira menos se vê.

Com o índigo veio também um novo material para as roupas resistentes: o algodão, primeiramente da Índia, mais tarde principalmente da América. Os tecidos de algodão se prestavam muito bem à estampagem com azul. Os estampadores têxteis, que antes se chamavam "estampeiros", estampavam padronagens azuis em tecido branco, ou aplicavam em certas regiões do tecido uma solução gordurosa que não pegava a tinta azul, e com isso se obtinham desenhos brancos sobre o fundo azul. Esses estampados ainda são apreciados para trajes regionais. Acontece que o azul sempre foi uma cor para uso diário.

"Não passa de uma azul", dizia-se ainda no século XIX das "moças perdidas" – como eram designadas as mães solteiras. Nas procissões da Igreja elas não tinham autorização para usar roupas brancas como trajes, eram obrigadas a vestir suas saias azuis de todo dia. Nesse sentido, como cor de todo dia, é que Goethe designou a cor azul como "comum" → Cinza 17.

A indumentária de trabalho finalmente passou a ser mundialmente tingida

com índigo. Os que em seu trabalho usam blusão, macacão ou avental azul, são chamados em alguns países de “homens azuis”, ou deles se diz que têm “profissões azuis”. Na América e na Inglaterra, os operários são chamados de *blue-collar workers* (trabalhadores de colarinho azul) em oposição aos *white-collar workers,* que usam camisa branca e gravata, ou seja, os de funções burocráticas.

Os trabalhadores chineses frequentemente são chamados de “formigas azuis”. Desde tempos ancestrais o índigo era cultivado na China e, no campo, homens e mulheres vestiam a mesma camisa e as mesmas calças azuis.

Em 1850, o bávaro Levi-Strauss inventou os *jeans* como traje de trabalho para os mineradores de ouro e os *cowboys*. Naturalmente, foram tingidos com índigo. Seu nome provém de *bleu de Genes* (azul de Gênova), chamados assim pelos marinheiros genoveses que importavam o índigo. *Bleu de Genes* se americanizou para *blue jeans.*

Os marinheiros na Alemanha são chamados de *Blaue Jungs* (garotos azuis). Seus uniformes, como a própria expressão já diz, são “*marineblau*”, azul-marinho. Eles também, antigamente, eram tingidos com índigo. Como os uniformes desbotam com a lavagem, pela tonalidade de cada uniforme se sabia quem estava na marinha há mais tempo e, consequentemente, que quem trajava um uniforme mais claro tinha mais experiência do que os que trajavam uniformes ainda escuros.

São azuis também os uniformes da força aérea, cor azul piloto. E o pessoal das companhias aéreas também prefere o azul – não importa qual.

Como cor de uniforme, o azul é preferível ao cinza, porque os tecidos fortes e resistentes dos uniformes ficam deselegantes na cor cinza. Tradicionalmente, os carteiros, guardas civis, condutores de ônibus, fiscais de ferrovia e guardas em geral – em muitos países também os policiais – trajam azul. O limitado colorido da atual moda para homens faz do azul – seguido pelo cinza – a cor preferida para ternos.

Poucos anos depois de ter se tornado possível a produção artificial da anilina-índigo, foram descobertos corantes muito melhores, as cores indantrenas. Sobretudo o azul foi um êxito sensacional para a indústria de cores. Em 1950, pendia de toda vestimenta azul a etiqueta “Indantreno – resistente à lavagem, à exposição à luz e às intempéries”. E era verdade. O índigo começou a desaparecer. Inclusive os *jeans* começaram a ser tingidos com azul de indantreno, com o que, por mais maltratados que fossem, seu azul permanecia inalterável.

Até que, em 1970, a BASF decidiu voltar a produzir o índigo. Aconteceu então algo estranho: nasceu o *jeans look*, uma nova moda mundial de índigo-azul...

19. Por que os *blue jeans* se tornaram moda mundialmente?

Existem modas que são propagadas pelos profissionais da moda e ignoradas pelos compradores. Os desfiles das casas de alta costura já não se destinam a vender os modelos exibidos, e sim a imagem das grifes de costura e de seus produtos em série, de perfumes a porcelanas. O que é exibido pelas passarelas é um vestuário divertido e absurdo, porém inadequado ao uso diário. Cada vez mais a moda "vem da rua", surge das necessidades das pessoas, sendo então aproveitada pelos modistas. Assim aconteceu também com a moda dos *jeans*.

Em 1970, todo material começou a poder ser tingido de forma tão durável como nunca antes. A vestimenta tornou-se mais barata do que nunca, qualquer um podia – e devia – usar constantemente alguma coisa nova. Foi a era do consumo. Os críticos da cultura falavam em "terror do consumo" e "sociedade do descartável".

Originou-se então o contramovimento dos que combatiam o consumo, cujo símbolo identificador eram os *jeans* gastos. Essas calças se converteram em símbolo do retorno aos valores verdadeiros, duradouros. Tivesse Jesus vivido nesses tempos, não há dúvida de que ele usaria *jeans*. A quem essa proposição parecer blasfematória: os pintores de todos os tempos pintaram Jesus como seus contemporâneos – o que mais poderia Jesus usar, em 1970, a não ser *jeans*?

A demanda por *jeans* lavados cresceu tão rápido que o índigo, à época produzido apenas pela BASF, tornou-se escasso. Os modistas finalmente tiveram que imitar o azul desbotado com outros corantes. Quando a produção de índigo aumentou o suficiente, surgiu a moda dos *jeans stone-washed* (jeans lavados a pedra), que eram esfregados com pedra-pomes até adquirir uma aparência de *jeans* usado. Esse aspecto de coisa usada criado artificialmente era malvisto pelos fãs dos *jeans* autênticos. E assim chegaram a ser vendidos em boutiques de luxo *jeans* Levi's 501 *realmente usados*, a preços que chegavam a ser quatro vezes maiores que os dos novos. O *look* surrado atingiu seu ponto culminante por volta dos anos noventa, com calças esfarrapadas artificialmente – uma perversão das calças de trabalho originais, altamente resistentes.

Os *jeans* são moda mundial. Homens e mulheres os vestem; de idade e bebês; mendigos e milionários; faxineiras e princesinhas; clérigos e proletários.

Desenvolvido como traje de trabalho, foi estilizado como traje típico de lazer, e depois novamente como roupa fina para se usar em escritórios, passados a ferro e com vinco.

Os *jeans* são usados em todos os cantos do mundo – e, contudo, existe há tempos uma diferença: existiam os *jeans* capitalistas e os *jeans* socialistas. Nos países do bloco oriental, eles eram tingidos com a cor inalterável do indantreno, que os mantinha sempre em seu azul-escuro. Os turistas dos países capitalistas, por sua vez, vestiam *jeans* do invejado azul desbotado. O azul desse artigo chegou a representar toda uma visão de mundo. Porém não importa, afinal, que tom de azul seja – nunca ninguém ouviu alguém dizer que o azul de seus *jeans* não lhe cai bem.

20. A descontração das *blue hours*

A diversão / a descontração: azul 28% · verde 25% · branco 13% · amarelo 12%

A passividade: azul 24% · branco 18% · prata 14% · verde 13% · cinza 10%

A *blue hour*, "hora azul", é a cor do anoitecer, quando se deixa o trabalho, na Alemanha. Bares e *pubs* anunciam suas ofertas para a "hora azul": bebidas alcoólicas no início da noite são mais em conta; assim se torna duplamente atrativo o momento de descontrair, imediatamente após o encerramento do trabalho.

A conhecida bebida alemã de melissa, *Klosterfrau*, é vendida há décadas em sua caixa azul e branca; as monjas azuis sobre o fundo branco e o "espirituoso" acorde azul-branco fazem pensar na beberagem como remédio que faz bem e, desse modo, esquecer sua porcentagem de álcool. Outro produto muito popular, acondicionado em embalagem azul e branca é o creme Nívea, que suaviza a pele.

Na bolsa, as ações que são caras são chamadas de *blue chips*, mas também os valores seguros, que não estão sujeitos às conhecidas oscilações que tiram o sono. A expressão *blue chips* faz lembrar as fichas que eram usadas quando o jogo estava proibido com dinheiro vivo; as fichas azuis eram sempre muito valiosas.

Sendo uma cor passiva – e a mais plácida de todas as cores – o azul é a principal cor para embalagem de produtos para dormir e tranquilizar. O azul também é a cor preferida para roupa de cama e camisolas. O famoso "trem azul" (*train bleu*) que faz o trecho Calais-Paris-Nice é composto somente por vagões-leitos.

Azul-verde-branco é o acorde cromático da recreação: o azul é recreação passiva, o verde o ócio ativo e o branco simboliza a ausência de todas as cores, de toda excitação.

Nas reportagens sensacionalistas sobre a ação curativa das cores, não se cansa de dizer que, nas clínicas psiquiátricas, os doentes furiosos são conduzidos a quartos azuis, onde imediatamente se tranquilizam. A realidade é que nenhuma instituição de medicina científica trabalha com efeitos produzidos pelas cores.

Esses comunicados sensacionalistas se devem ao desejo, em que geralmente se acredita, de que uma cura possa ser tão simples quanto a substituição de um mero tapete. Contudo, isso é uma ilusão. Quando um paciente psiquiátrico, depois de estar trancado e enfurecido, é conduzido para outro aposento, essa intervenção por si só já tem um efeito tranquilizante, pois o paciente nota que algo está se passando, e se presume que ele tenha se enfurecido em virtude de ter ficado ali por tanto tempo, trancado e esquecido por todos. É frequentemente muito irresponsável a maneira pela qual jornalistas e pseudopsicólogos sugerem uma cura pelas cores, sem poder apresentar qualquer tipo de evidência que dê testemunho disso. Para detalhes → Vermelho 22.

21. As flores azuis do anseio

O anseio: azul 28% · verde 11% · vermelho 11% · violeta 9% · rosa 8%

A “flor azul” é a encarnação do romantismo. Em 1802, apareceu o romance de Novalis *Heinrich von Ofterdingen*. Nele, um jovem poeta, Henrique, sonha com uma flor azul que cresce entre rochas azuis, junto a uma fonte azul. Ele vê então como a rosa se transforma, até tomar a aparência do rosto de uma jovem... Aqui o sonho termina abruptamente, pois Henrique foi despertado por sua mãe. Mas o sonho faz com que ele deixe sua casa – ele quer descobrir o mundo com o espírito da poesia. No estrangeiro, ele conhece Matilde. Ao vê-la, tem a mesma sensação que teve ao ver a flor azul em seu sonho, e a reconhece: “Aquele rosto que se inclinava para mim, saído do cálice da flor, era o rosto celestial de Matilde...” Então ele exclama: “Sinto uma fidelidade eterna dentro de mim!” Em breve, Matilde morre – mas nem mesmo a morte é capaz de separar os que se amam.

A narrativa de Novalis trata do anseio por um sentido para a vida, que surja de uma percepção mística. Em sua obra *Sobre o espiritual na arte*, Kandinsky escreve: “Quanto mais profundo o azul, mais ele chama o homem em direção ao infinito, despertando nele o anseio pelo puro e, finalmente, pelo transcendental.”

Esse azul do anseio também se encontra nos *blues.* Os *blues* surgiram entre os negros americanos e seu nome, naturalmente, veio de azul – que inclusive, em inglês, significa também “triste” e “melancólico”. E quem, em sentido figurado “tem os *blues*”, sopra tristeza. As canções dos *blues* falam de saudade, das dores de amor, do ansiar. A mais famosa peça musical “azul” é a *Rhapsody in Blue*, de George Gershwin.

Quando se está melancólico, inclusive o amor é azul, como na canção “*Bleu, bleu, l’amour est bleu...”*.

22. Meias azuis, cartas azuis, filmes azuis

Na Alemanha ainda são chamadas de *Blaustrumpf* (“meias azuis”) aquelas mulheres a quem o estilo clássico de vida “crianças, cozinha e igreja” (na Alemanha são três palavras começadas com K: *Kinder, Küche, Kirche*) – ou, em sua versão mais moderna “Crianças, Cozinha e Carreira do marido” – não mais satisfaz. Esse conceito nasceu em 1750, em Londres. Todas as damas da sociedade presidiam a um salão, onde jogavam cartas e faziam mexericos. Menos no salão da escritora Lady Elizabeth Montagu. Seus encontros eram acontecimentos culturais. O botânico Benjamin Stillingsfleet, um amigo de Lady Montagu, costumava usar, nessas reuniões, meias azuis em lugar das habituais meias pretas – algo em que não se podia deixar de reparar, pois naquele tempo a moda eram as calças que iam só até os joelhos. Naturalmente, a coisa ia além do que simplesmente a cor das meias: as meias pretas que costumeiramente se usavam nos salões eram da mais fina seda, extremamente caras, e eram usadas com trajes muito elegantes (por volta de 1600, um par de meias de seda custava, na Holanda, 10 gulden – uma vaca custava 4 gulden). As meias azuis eram de lã. Meias azuis – isso significava indumentária de trabalho. As modestas meias de lã eram uma característica daquele salão. Significavam que o que ali acontecia nada tinha a ver com a riqueza e o luxo ao se vestir, e sim, com a cultura.

Os *blue-stocking clubs* eram locais privados onde se reuniam pessoas culturalmente engajadas. Como a esses encontros compareciam em sua maioria mulheres, que naquela época não tinham acesso às universidades, a designação *Blaustrumpf* passou a aplicar-se somente às mulheres, adquirindo uma conotação discriminatória. Aquelas mulheres para quem a cultura é mais importante que a indumentária são ainda hoje consideradas pouco femininas por alguns.

Porém as “meias azuis infernais” de que trata a obra *Räubern* [*Os ladrões*], de Schiller, não são meias de mulher, e sim de um policial, pois naquela época os policiais usavam meias azuis, e as calças só iam até os joelhos.

Antigamente, as cartas dos diretores de escola, comunicando que o aluno teria que repetir o ano, eram enviadas dentro de um envelope azul. Hoje em dia, já faz tempo que são utilizados envelopes oficiais, de papel reciclado acinzentado; porém a expressão “bilhete azul” se conservou – inclusive para quando as pessoas são despedidas. E continuam a usar envelopes azuis para o

envio dos pouco agradáveis comunicados judiciais.

Na Inglaterra, um *blue pencil* significa mais do que um lápis azul; é o símbolo da censura. O que for sacrificado pelo lápis azul não deverá ser publicado e veiculado. "*Blue movies*" são filmes pornográficos, "*blue jokes"* são piadas obscenas. E quem costuma usar termos de baixo calão tem uma "*blue language"* – um linguajar azul.

23. A faixa azul: honra ao mérito

O mérito: azul 20% · ouro 18% · vermelho 16% · prata 8%

O azul fica ao lado do ouro no acorde cromático referente ao mérito – mas antes do ouro; portanto, mais importante do que a recompensa, é a honra.

Os representantes de muitas nações – a rainha da Inglaterra, o rei da Suécia, o presidente alemão – todos eles usam, nas grandes ocasiões, seu distintivo máximo: uma larga faixa azul-celeste. Ela é feita de seda chamalote e cruza o peito desde o ombro até a cintura. E assim a "faixa azul", em inglês *blue ribbon*, converteu-se em marca que permite reconhecer as grandes realizações. É famoso também o navio de passageiros Faixa Azul do Oceano, o mais veloz a cruzar o Atlântico Norte.

Em francês, a faixa azul se chama *cordon bleu.* E como na França cozinhar é uma arte, *cordon bleu* se tornou um divertido sinônimo de excelência na cozinha; uma invenção especialmente merecedora da homenagem na arte culinária francesa é a que foi batizada com esse honroso nome – um filé recheado de presunto e queijo, o filé *au Cordon Bleu.*

24. A cor da paz e a cor da Europa

Nos países socialistas declarou-se o azul como a cor da paz. Nas celebrações são hasteadas três bandeiras: a bandeira nacional, a vermelha do socialismo e uma azul lisa, sem qualquer tipo de decoração – é essa a bandeira da paz.

A bandeira azul, como símbolo da união pacífica, tornou-se mundialmente popular. Por motivos de praticidade, uma bandeira totalmente azul não poderia nunca ser usada também na guerra, pela pouca visibilidade que teria contra o azul do céu. A bandeira das Nações Unidas mostra, sobre um fundo azul-celeste, uma vista polar do globo terrestre, cercado por dois ramos de oliveira, símbolos da paz. Os *blue berets*, os "boinas azuis", são tropas da paz e usam boinas azuis. Também a organização ecológica Green Peace tem, apesar do nome "verde", uma bandeira com fundo azul e uma pomba com dois ramos de oliveira.

A bandeira da Europa existe desde 1986. Sobre um fundo azul, a Comunidade Europeia está representada por doze estrelas douradas.

Na bandeira olímpica há cinco círculos que se entrelaçam, representando os cinco continentes: o círculo vermelho representa a América – em virtude dos peles-vermelhas, seus primeiros habitantes –, o verde para a Austrália, o preto para a África, o amarelo para a Ásia, o azul para a Europa.

Por que a Europa é azul? Quando a bandeira olímpica foi criada, a Europa era o continente com os maiores contrastes culturais, políticos e econômicos – e o azul é a cor que pertence a todas as religiões, mas a nenhum partido. É a cor ideal para a paz.

25. A humanidade é azul, internacionalmente

Quando o simbolismo das cores se refere aos homens, o significado das cores é especialmente cultural.

Um alemão que está azul, está bêbado. Os “branqueadores” dos anúncios *(Weißmacher*), que deixam a roupa “branca”, inspiraram popularmente a expressão “*azuladores*” (*Blaumacher*) referente às bebidas com alto teor alcóolico: a aguardente com apenas um “azulador” contém 40% de álcool, com dois “azuladores” a porcentagem de álcool é maior.

Quando um francês bebe muito, ele não fica azul, fica cinza – “*gris*” –, ou seja, fica nublado. Os franceses completamente bêbados ficam, logicamente, pretos – “*noirs*”. Os ingleses não têm nenhuma cor para os bêbados. Na Inglaterra, o azul é uma cor melancólica. Se um inglês disser “*I’m blue*” é porque está triste. Quem estiver “*in a blue funk*”, ele “fede a azul”, é porque está terrivelmente assustado ou, como se diz vulgarmente, está “cagado”.

Os russos de “caráter azul” são pacíficos. Uma “russa azul-celeste” (*golubica*) por lá significa uma russa tímida. E um “russo azul” é um homossexual.

Em relação aos homens, o azul na Alemanha tem uma ação um tanto deletéria. Os que lá aparecerem com um “olho azul”, na Inglaterra estaria com um “olho preto”. Se alguém tiver tido uma parte do corpo “azulado”, nem sempre significa que tenha sofrido um acidente – mas, em todo caso, não se trata de coisa agradável. Inclusive o enjoo tem uma relação com o azul, pois se temos a palavra *blümerant* (mareado), que provém do francês *bleu mourant* – azul cadavérico.

Quem anda pela vida com “olhos azuis” não significa necessariamente que tenha os olhos dessa cor, e sim que é uma pessoa crédula, ingênua. Um *blue-eyed boy* (rapaz de olhos azuis), também na Inglaterra, não quer dizer que tenha os olhos dessa cor, e sim que é amante do chefe. Hoje, consideramos os olhos azuis como os de cor mais bonita. Surpreendentemente, nas pinturas antigas não aparece ninguém de olhos azuis, nem as Nossas Senhoras. Os chineses consideram os olhos azuis detestáveis, na Ásia eles os consideram antinaturais. Na Rússia é cinza a cor de olhos considerada a mais bela.

A expressão “sangue azul”, com referência à nobreza, é internacionalmente

usada. Ela provém do espanhol. Os nobres da Espanha tinham a pele muito mais clara que os plebeus, devido à sua procedência e a seus casamentos com membros da corte europeia. E, naturalmente, se protegiam do sol, para assim proteger sua pele clara. A tez de pele clara realça muito as veias azuladas – por isso os camponeses, que tinham a pele bastante escurecidas pelo sol, acreditavam que pelas veias dos nobres corresse sangue azul. Na Espanha, um "príncipe azul" é o homem com quem as jovens sonham.

A rainha Elizabeth I (1533-1603) – a mais importante dentre todas as soberanas da Inglaterra – era também uma lançadora de moda em termos de maquiagem: fazia com que se lhe desenhassem veias azuis em sua fronte empoada, dando assim a impressão de uma pele mais translúcida e jovem.

Muito diferente é o que acontece na China. Na ópera de Pequim, o rosto pintado de azul era a caracterização tradicional do personagem malvado e selvagem. Na China, o azul não é tido em alta conta. Na simbologia cromática chinesa, existem cinco cores principais: amarelo, vermelho, verde, preto e branco – o azul não pertence ao grupo. Na avaliação chinesa, o verde se encontra naturalmente antes do azul, pois o verde contém o amarelo, que é a cor suprema → Amarelo 14.

Os antropólogos Brent Berlin e Paul Kay comprovaram, em uma investigação acerca dos nomes das cores em 98 línguas, que em muitas línguas menos sofisticadas não existe nenhuma palavra para o azul; para eles, o azul é uma nuance do verde. Em todas as línguas encontram-se primeiramente as palavras para branco e preto – elas advêm das palavras para claro e escuro, dia e noite. Vem então a palavra para vermelho. Depois para verde e amarelo – pois o verde e o amarelo descrevem coisas que podemos comer. Só então passam a se desenvolver palavras para o azul e as demais cores.

Mesmo se num idioma não existir nenhuma palavra para a cor azul, ela pode ser descrita facilmente pelas comparações: "como o céu", "como o mar", "como uvas maduras". Nós também não temos uma palavra independente para todas as cores – "alaranjado", ou "laranja", se refere à cor de uma fruta.

Os gregos antigos também não tinham uma palavra para a cor azul. No século XIX apareceu até mesmo a ideia de que os antigos gregos tivessem sido daltônicos, que só tivessem desenvolvido a capacidade de enxergar as cores no decorrer dos milênios. Essa teoria surgiu quando ainda não se sabia que as ruínas brancas da Grécia haviam sido originalmente pintadas com uma variedade de cores.

Hoje já se sabe que a capacidade de ver as cores encontra-se em todos os

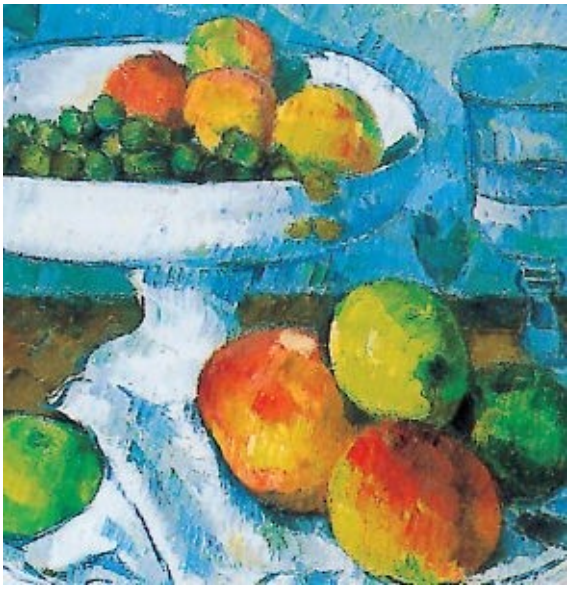
povos, independentemente do seu estágio de civilização.

1 Ultramarinho quente, avermelhado.

2 O azul primário, cíano.

3 O frio azul da Prússia.

4 Perspectiva aérea: quanto mais apagado um azul, mais dá impressão de distante.



5 Sombreado azul de Cézanne.

6 Publicidade criativa: antigo logotipo da oficina de moda bávara, o Ateliê Beck.

7 Falsa criatividade: cores estranhas em alimentos provocam uma reação de repugnância.

8 + 9 Produtos famosos em azul e branco: acorde da pureza e do tranquilizador.

10 Touros atacam também tecidos azuis, eles não distinguem cores.

11 O olho mágico: amuleto contra o mau-olhado.

12 Deus hindu: a pele azul simboliza origem celestial.

13 Inconfundível pela composição criativa de cores: capitão Barba Azul.

VERMELHO

A cor de todas as paixões – do amor ao ódio.

A cor dos reis e do comunismo.

A cor da felicidade e do perigo.

Quantos tons de vermelho você conhece? 105 tons de vermelho 1. No início era o vermelho

2. O vermelho: do amor até o ódio
3. A cor do sangue e da vida
4. A simbologia do fogo
5. Vermelho masculino e vermelho feminino
6. A cor da felicidade
7. Corais e touquinhas vermelhas contra o mau-olhado
8. Próximo e sonoro
9. A cor dos nobres e dos ricos
10. Cor de luxo, feita à base de pulgas, para reis e cardeais – e batons
11. A cor da agressividade, da guerra, de Áries e de Escorpião
12. Vermelho e preto: o perigo e o proibido
13. Vermelho com violeta e rosa: vermelho com sexo
14. A cor do imoral: *Rouge* e cabelos ruivos, Deus nos livre!
15. O vermelho político: a cor da liberdade, dos trabalhadores, do socialismo
16. A cor das correções, do controle e da justiça
17. A cor do dinamismo
18. O vermelho dos artistas
19. A cor dos anúncios publicitários
20. Como os animais reagem ao vermelho
21. Efeitos milagrosos nos cegos? Como o vermelho gera agressividade
22. A cura pelas cores
23. Que cores pertencem a quais signos zodiacais?

Quantos tons de vermelho você conhece? 105 tons de vermelho

Para os artistas existe grande diferença entre o vermelho cádmio e o carmesim, embora seus matizes sejam extremamente semelhantes – o vermelho cádmio dá uma cobertura excelente, o carmesim permanece sempre transparente.

Nomes de vermelho na linguagem popular e as cores técnicas dos artistas: Castanho avermelhado Cereja Fúcsia Garancina Magenta Ocre queimado Ocre vermelho *Pink* (rosa choque) Rosa de Parma Salmão Siena queimado Terracota Vermelhão Vermelho almagre Vermelho anoitecer Vermelho antigo Vermelho arenito Vermelho aurora Vermelho autêntico Vermelho Bengala Vermelho Bordeaux Vermelho brilhante Vermelho Bugati Vermelho cádmio Vermelho caranguejo Vermelho cardeal Vermelho carmesim Vermelho carmim Vermelho carne Vermelho castanha Vermelho cenoura Vermelho chama Vermelho chinês Vermelho ciclano Vermelho cinábrio Vermelho claro Vermelho cochonilha Vermelho comercial Vermelho Congo Vermelho coral Vermelho de cobre Vermelho de cromo Vermelho diabo Vermelho escarlate Vermelho escarlatina Vermelho esmalte Vermelho Ferrari Vermelho flamingo Vermelho fluorescente Vermelho fogo Vermelho fosco Vermelho framboesa Vermelho gerânio Vermelho grená Vermelho henna Vermelho igreja Vermelho indiano Vermelho inglês Vermelho intenso brilhante Vermelho jaspe Vermelho lábios Vermelho laca Vermelho lagosta Vermelho laranja Vermelho laranja Vermelho lava Vermelho marrom Vermelho Marte Vermelho mogno Vermelho morango Vermelho neon Vermelho oxidado Vermelho pálido Vermelho papoula Vermelho páprica Vermelho pastel Vermelho peralvilho Vermelho permanente Vermelho persa Vermelho Peru Vermelho pêssego Vermelho pimenta Vermelho Pompeia Vermelho prelo Vermelho preto Vermelho primário Vermelho primário Vermelho púrpura Vermelho rosado Vermelho rubi Vermelho sangue Vermelho sangue de boi Vermelho saturno Vermelho semáforo Vermelho sinaleiro Vermelho ticiano Vermelho tijolo Vermelho tijolo Vermelho tomate Vermelho vampe Vermelho veneziano Vermelho vergonha Vermelho vinho Vermelho violeta Vermelho zarcão

1. No início era o vermelho

No princípio era o vermelho. Foi a primeira cor que o homem batizou, a mais antiga denominação cromática do mundo.[2] Em muitas línguas, a palavra para “colorido” é a mesma que para a cor vermelha, assim como na palavra hispânica “colorado”.

O vermelho é supostamente também a primeira cor que os bebês enxergam. E quando se pede a eles que digam, espontaneamente, o nome de uma cor, a maioria deles diz “vermelho”, mesmo se essa não for a cor favorita deles. Um jogo impressionante consiste em pedir às pessoas que digam espontaneamente o nome de uma cor, de um instrumento musical e depois de uma ferramenta. Quase todos respondem: vermelho, violino, martelo.

Homens e mulheres gostam igualmente do vermelho: uma porcentagem de 12%, tanto de um gênero quanto do outro, citou o vermelho como cor preferida. E só 4% dos homens e das mulheres citaram o vermelho como “a cor que menos lhes agradava”.

É muito difundida a opinião de que o vermelho é especialmente benquisto entre os jovens, mas a realidade é o oposto. Apenas 8% dos que tinham menos de 25 anos mencionaram o vermelho como cor preferida – entre pessoas acima dos 50 anos, 17% dos homens e 16% das mulheres citaram o vermelho. O vermelho agrada aos mais velhos muito mais do que aos jovens → Preto 2.

Em razão de “vermelho” ser em geral a primeira cor ensinada às crianças, elas também, em sua maioria, acabam citando essa cor como sua favorita. Vem daí que as crianças vinculam o vermelho ao sabor doce, como bombons e *ketchup* – as crianças preferem comer coisas doces. Quando as crianças pintam, entretanto, não denotam nenhuma predileção especial pelo vermelho – apenas o que é efetivamente vermelho é pintado dessa cor. Também para as roupas, as crianças não dão um valor aumentado ao vermelho. O amor infantil pelo vermelho é, antes, provavelmente, o amor pelos doces. É fato que as crianças citam espontaneamente o vermelho como cor predileta, enquanto que os adultos dizem espontaneamente a cor que primeiro lhes ocorre; isso nada tem a ver com as verdadeiras cores favoritas, apenas comprova – e de forma bastante impressionante – que em nosso pensamento inicial, pensar em vermelho equivale a pensar em cor.

O simbolismo do vermelho está marcado por duas vivências elementares: o vermelho é o fogo e o vermelho é o sangue. Em muitas línguas, entre os babilônios e também entre os esquimós, a tradução ao pé da letra de “vermelho” é “sangue”.

O fogo e o sangue, em todas as culturas e em todos os tempos, têm um significado existencial. Da mesma forma, o simbolismo vigora no mundo inteiro, é conhecido de todos, pois todos, individualmente, já tiveram suas experiências envolvendo o significado do vermelho.

A supersaturação com vermelho, sobretudo na propaganda, é o motivo pelo qual o vermelho tem encontrado cada vez menos adeptos[3]; muitos veem muito mais vermelho do que desejariam. Quando tudo começa a ficar colorido demais, a primeira cor que incomoda é o vermelho. O vermelho é a cor entre as cores.

2. O vermelho: do amor até o ódio

O amor: vermelho 75% · rosa 7%
O ódio: vermelho 38% · preto 35% · amarelo 15%

Do amor ao ódio – o vermelho é a cor de todas as paixões, as boas e as más. Por detrás do simbolismo está a experiência: o sangue se altera, sobe à cabeça e o rosto fica vermelho, de constrangimento ou por paixão, ou por ambas as coisas simultaneamente. Enrubescemos de vergonha, de irritação ou por excitação. Quando se perde o controle sobre a razão, “vê-se tudo vermelho”. Pintamos os corações de vermelho, pois os enamorados acreditam que todo o seu sangue aflui ao coração. Também é assim em relação às rosas vermelhas e ao papel de carta vermelho: logo sugerem amor.

Ao vermos os acordes cromáticos do amor e do ódio, fica especialmente claro que as cores citadas em segundo e em terceiro lugar manifestam a avaliação moral desses sentimentos. O amor é vermelho, em segundo lugar vem o gentil cor-de-rosa. O ódio é vermelho; em segundo lugar vem o preto, epítome do mal. Desse modo, o vermelho do amor se transforma, acompanhado do preto, em ódio → Preto 5.

Regras básicas sobre o efeito das cores:

1. A mesma cor tem um efeito completamente diferente quando está combinada a outras cores.
2. Quando uma cor se combina ao preto, seu significado positivo se transforma em seu contrário.

Já era assim no simbolismo medieval das cores, e a consciência moderna também reage do mesmo modo a esse velho padrão. Pode-se especular muito a respeito das causas: será algo congênito? Serão estruturas anímicas inconscientes, que herdamos no decorrer da história da humanidade? Devemos falar de “arquétipos”? De verdades transculturais? A melhor explicação científica é que há muito mais sentimentos do que cores, e por isso temos que associar parcialmente a cada cor sentimentos e conceitos muito diferentes. Apesar de nossa seleção de cores ser limitada, construímos aqui um sistema lógico em que, pela adição de outras cores, caracterizamos um significado positivo ou negativo.

Os efeitos das cores não são congênitos, do mesmo modo como a linguagem

também não o é. Mas como nós a aprendemos desde pequenos, os significados se tornam tão interiorizados nos adultos, que dão a impressão de serem inatos.

Nessa pesquisa sobre a ação das cores, foi oferecida aos entrevistados uma variedade de cores muito maior do que em todas as outras pesquisas de que se tem notícia; no entanto, a escolha fica, ainda assim, limitada. Não teria cabimento ampliar infinitamente a escolha cromática e querer encontrar para o conceito de “amor” um tom especial de vermelho, pois a escolha desse tom especial seria determinada pelos outros conceitos aos quais o vermelho também está associado. O vermelho do ódio é certamente mais escuro do que o vermelho do amor – mas será que o vermelho do erotismo é mais claro do que o do ódio? Ou apenas mais escuro do que o do amor? E como seria o vermelho do perigo? Os resultados não seriam verdades, mas somente relações, válidas apenas no sistema dos conceitos que houvessem sido propostos (os peritos em estatística criticariam, com razão, essa falta de lógica). Por isso, as cores secundárias e terciárias dizem muito mais sobre um sentimento, ou um conceito, do que todos os tons; elas formam o acorde cromático típico.

Naturalmente, o amor pode ser vivenciado em mais cores do que as que foram generalizadas pelos simbolismos. As cores do amor oscilam tanto quanto as alegrias e as dores ligadas a ele. O amor pode às vezes ser cinza, às vezes até mesmo preto; em outras ocasiões ele é dourado, noutras ainda é azul. E tudo isso é “normal”. De qualquer modo, 25% dos entrevistados não citaram o vermelho como cor do amor: 7% citaram o rosa, 4% citaram o ouro, 3% laranja e azul; violeta e branco obtiveram 2% cada; preto, amarelo, prata, verde, também 1% cada. Os motivos para isso são tão variados quanto as cores.

3. A cor do sangue e da vida

A força / a potência: vermelho 28% · preto 20% · azul 17%
A coragem: vermelho 28% · azul 23% · ouro 12% · prata 8% · verde 8%
O atrativo: vermelho 23% · azul 14% · ouro 12% · preto 9%

A ação psicológica e simbólica do sangue faz do vermelho a cor dominante de todas as atitudes positivas em relação à vida. O vermelho, como a mais forte das cores, é a cor da força, da vida; há um provérbio que é curto e grosso: "*Heute rot, morgen tot" (vermelho hoje, morto amanhã).* E o antigo termo *blutjung* (ao pé da letra "jovem como sangue", na flor da idade) é sempre moderno.

No acorde cromático vermelho-azul unem-se as forças do corpo e do espírito. Vermelho-azul-ouro é o acorde → do charme, do poder de atração → da coragem → da conquista, todas elas qualidades ideais resultantes da supremacia física e mental.

O sangue, em muitas culturas, é o domicílio da alma. Sacrifícios de sangue eram comuns em todas as religiões antigas. Para alegrar os deuses, não apenas se sacrificavam animais, oferecendo a eles o seu sangue; a oferta mais valiosa era a do sangue jovem de crianças. *Sui generis* costumava ser, nos primórdios da história do povo sueco, sua disposição aos sacrifícios: a fim de se evitarem catástrofes naturais, períodos de fome ou doenças, os suecos chegavam a ofertar o sangue de seu rei.

Na época das perseguições, dizia-se que os cristãos degolavam uma criança nas celebrações da Santa Ceia, e que o vinho tinto que se bebia nesses rituais era, na realidade, o sangue de crianças assassinadas. Quando o cristianismo se tornou religião oficial, os cristãos lançaram a mesma calúnia contra os judeus. Apesar de pela Torá, o livro sagrado dos judeus, a ingestão de sangue ser proibida, sob pena de morte. Aliás, na cozinha judaica, um filé sangrento é algo inimaginável. Mesmo em nosso século XX, comunidades religiosas são difamadas sob a alegação de praticar rituais em que mortes são perpetradas para a utilização do sangue.

E até hoje, por ocasião da eucaristia, bebe-se vinho tinto, que simboliza o sangue de Cristo. Jesus disse: "Tomai e bebei todos vós, esse é o meu sangue." O simbolismo, antiquíssimo, está vivo.

Também como cor litúrgica da Igreja Católica o vermelho faz lembrar o sangue sacrificado. As batas dos sacerdotes católicos, o manto do altar e o revestimento do púlpito são vermelhos nos dias em que se recorda a Paixão de Cristo, assim como no Domingo de Ramos e na Sexta-Feira Santa, e também nos dias dos mártires que morreram por sua fé.

Na Antiguidade, era costume banharem-se os recém-nascidos no sangue de animais especialmente vigorosos, e os nubentes eram ungidos com esse sangue também, para que a força do animal fosse transferida a eles. Os gladiadores romanos bebiam o sangue das feridas de seus opositores agonizantes, para tomar para si a força deles. Os gregos deitavam sangue sobre as tumbas, para que os mortos pudessem ter forças no além. E a tradição alemã conta como Sigfried se banhou no sangue do dragão, tornando seu corpo invulnerável, exceto numa parte do seu dorso em que uma folha de limo ficou aderida durante o rito, o que mais tarde acarretou uma ocorrência fatal.

Ao sangue humano já foram atribuídos poderes milagrosos, ele teria o poder de curar as mais graves doenças. O sangue coletado de criminosos executados era um remédio cobiçado. Segundo a lenda bíblica, um faraó egípcio exigiu o sangue de 150 crianças judias para bebê-lo e assim se curar da lepra. Os judeus fugiram do Egito.

Até mesmo em épocas mais esclarecidas, o sangue é a essência da força vital. Em oposição ao verde, cor da vida vegetal, o vermelho é a cor simbólica da vida animal.

4. A simbologia do fogo

O calor: vermelho 47% · amarelo 26% · laranja 17%
A energia: vermelho 38% · amarelo 20% · laranja 12% · azul 11%
A paixão: vermelho 62% · laranja 12% · violeta 8% · amarelo 8%
O desejo: vermelho 50% · amarelo 14% · violeta 12% · laranja 10%

Vermelho-laranja-amarelo são as cores do fogo, das chamas, portanto também as cores do calor. Vermelho-laranja são também as principais cores da paixão, o "sangue fervente", pois, como o fogo, a paixão também pode "queimar" e "consumir". Aqui se liga o simbolismo do fogo com o simbolismo do sangue.

Quem pensa em chamas automaticamente representa diante de si o vermelho – em realidade, contudo, as chamas são amarelas ou azuis. E em que pesem as muitas experiências contraditórias, as pessoas fazem sempre a representação de uma cabeça de fósforo como sendo vermelha.

Tão antiga quanto a crença no poder do sangue é a veneração do fogo como poder divino. O fogo dissipa o frio e as forças da escuridão. O fogo purifica pela destruição; ele é de tal modo poderoso que nada pode fazer resistência a ele. As chamas se lançam sempre para cima, e nisso também o homem vê nelas sua procedência divina – elas se lançam novamente em direção ao céu, de onde vieram, sob a forma de relâmpagos.

O fogo simboliza o divino, e é o próprio Deus: em todas as religiões, aparecem deuses das nuvens de fumaça. Moisés viu Deus como uma sarça ardente. O Espírito Santo aparece como chama.

O feriado de Pentecostes é celebrado, na Igreja Católica, com cores vermelhas, pois o vermelho simboliza a chama do Espírito Santo. Assim, também o vermelho litúrgico pertence aos aniversários dos apóstolos e dos evangelistas.

Quando ainda se acreditava que a Terra fosse plana, acreditava-se também que o vermelho do entardecer fossem as chamas incandescentes do inferno.

Sempre que o calor do Sol ameaça a vida, o vermelho passa a ser encarado como cor do demoníaco. No Antigo Egito, o vermelho era sinônimo de "perverso" e "destrutivo", ameaçador como o calor escaldante do deserto. *Rotmachen* significa "matar". E há um antigo exorcismo egípcio que diz: "Oh,

Ísis, livrai-me de todas as coisas ruins, perversas, vermelhas".

Nos países frios, onde se busca o calor, a cor vermelha tem conotações positivas. Em russo, vermelho ("*krasnij"*) equivale a "bonito, admirável, bom, valioso" ("*krasiwej"*). O "canto vermelho" era o lugar de honra para os ícones. Uma "palavra vermelha" significa uma observação espirituosa. "Lugar vermelho" em Moscou significa "lugar bonito" – isso muito antes da Revolução Comunista de 1917.

5. Vermelho masculino e vermelho feminino

O vermelho é uma cor masculina; isso se demonstra em múltiplos significados. Goethe chamava o vermelho de “rei de todas as cores” – não “rainha”. O vermelho é masculino como cor da força, da atividade e da agressividade. É o polo oposto ao passivo, delicado azul e ao inocente branco. O fogo é masculino, a água é feminina. O vermelho é a cor de Cristo, o azul é a cor de Maria → Fig. 18. Também na China, o vermelho pertence às cores masculinas: lá, as cores femininas são o branco e o preto → Amarelo 14. O vermelho pode até mesmo ser o polo masculino oposto ao amarelo: nos afrescos egípcios, a pele das mulheres é pintada de amarelo, a dos homens de vermelho → Figuras 22 e 33.

Em todas as línguas existem nomes de jovens que significam “vermelho”. Nas línguas latinas existe “Rufus”; na Inglaterra e nos Estados Unidos gosta-se de “Roy”, em que chama a atenção a semelhança a “royal”, vermelho real. O cantor Roy Black tinha um nome artístico “bicolor”. O nome do popular Robin Hood é um nome “vermelho”, derivado de Rubin, e Robinson significa “filho de Robin”. Adão significa “feito de argila vermelha”. A palavra germânica “*hroth*” significa “*Ruhm*” (glória, fama). Foneticamente é muito parecida com “vermelho” e corresponde ao simbolismo do sangue, pois *hroth* era a glória do guerreiro. Essa palavra se encontra em muitos nomes alemães, como Ruprecht, Robert, Roger, Roland, Rüdiger, Rudolf *etc.*

Em compensação, inexistem nomes vermelhos para meninas. “Scarlet” e “Ruby” são dois nomes muito novos. Um antigo nome grego e hebraico é “Susana” ou “Susane”, que originalmente é o nome de uma açucena vermelha.

Em todas as línguas, o vermelho é também um nome de família muito difundido. Em alemão aparece quase sempre grafado “Roth”, revelando que a palavra “rot” perdeu o ‘h’ em consequência das reformas ortográficas, enquanto que a forma utilizada como nome não sofreu nenhuma mudança. Roth aparece muitas vezes combinada com outras palavras e nomes, como o da família de banqueiros Rothschild; às vezes outras palavras “vermelhas” se convertem em apelidos, como Rubinstein.

Contrariamente a “vermelho”, “azul” é raro como nome de família. Como os nomes de família permanecem por séculos somente na linhagem masculina, tudo

o que seja feminino parece inadequado como sobrenome. Frequentemente também os nomes de família são tirados de animais como “Ochs”, “Stier”, “Hirsch” (boi, touro, veado), que correspondem a animais masculinos, muito raros; entretanto, são as variantes femininas “Kuh” (vaca) e “Reh” (corça) que aparecem como nomes de família. “Mann” (homem) é também um sobrenome muito difundido; “Frau” (mulher), ao contrário, é extremamente raro.

Ainda assim, quando perguntamos por cores do masculino, o vermelho dificilmente é citado: na distribuição das cores para “masculino” e “feminino”, somente 5% citaram vermelho como cor masculina – 25% o citaram como cor feminina.

As razões para isso se conhecem: as cores de neném azul-claro e rosa. Em virtude de a cor feminina rosa provir do vermelho, o vermelho é alinhado como cor feminina. Contudo, essas cores para bebês só surgiram a partir de 1930, e esse modismo está outra vez desaparecendo → Rosa 5. O vermelho passará a ser citado com cada vez maior frequência entre as cores masculinas.

Porém, existe também um vermelho tipicamente feminino: é o vermelho escuro. Nas religiões que são próximas da natureza, como a *wicca*, existe um simbolismo do sangue que se relaciona ao sexo. O vermelho masculino é o vermelho do sangue luminoso da carne; o vermelho feminino é vermelho escuro e simboliza o sangue da menstruação. Para tornar a terra fértil, o sangue menstrual era despejado sobre ela. Outra superstição é que, ao beber sangue menstrual, uma mulher poderia obter o amor de qualquer homem.

A Igreja Católica também faz distinção entre os efeitos do sangue masculino e do feminino. Na Eucaristia, simbolicamente se bebe sangue, o sangue de Cristo; mas, por outro lado, alguns sacerdotes excluíam as mulheres menstruadas dessa cerimônia, por profanarem o altar.

O vermelho claro e o vermelho escuro complementam-se como os opostos “masculino” e “feminino”. O vermelho claro simboliza o coração e o vermelho escuro simboliza o ventre. O claro simboliza a atividade, ao passo que o escuro é uma cor tranquila, uma cor noturna. Por isso, o vermelho escuro produz um efeito completamente diferente do vermelho claro, quando cada um deles está junto ao preto.

6. A cor da felicidade

O regozijo / a alegria de viver: vermelho 22% · amarelo 20% · laranja 15% · verde 13%

A felicidade: ouro 22% · **vermelho 15%** · verde 15% · amarelo 13%

Ouro-vermelho-verde – isso significa dinheiro-amor-saúde – isso é a felicidade. Apesar de o ouro ser menos pensado como cor e sim como metal nobre, de tal forma que o vermelho passa a ser a cor principal da felicidade.

A ideia de uma cor da felicidade na China é especialmente popular: em virtude de se festejarem os acontecimentos felizes com frequência em restaurantes, os restaurantes chineses são, em sua maioria, decorados em vermelho. Na festa chinesa do Ano Novo, que coincide com nosso Natal, pregam-se cartazes vermelhos onde se leem votos de felicidade para o novo ano, escritos em letras douradas. As crianças ganham de presente envelopes vermelhos recheados de dinheiro. Os presentes de Ano Novo preferidos são os ovos, que são oferecidos como nossos ovos de Páscoa, como símbolo do recomeço; os ovos do Ano Novo são sempre vermelhos.

Nos países do Ocidente, São Nicolau reparte os presentes pequenos e Papai Noel os grandes – ambos vestem vermelho. São Nicolau – ou Santa Claus – também se veste de vermelho, porque o santo histórico era o bispo Nicolau de Myra, que viveu por volta dos anos 300-350 e, naquele tempo, não era o violeta a cor dos bispos, e sim o vermelho.

Em virtude de o vermelho ser a cor da alegria, as crianças chinesas vestem principalmente essa cor. No romance de Pearl S. Buck, *Vento leste, vento oeste*, uma chinesa visita uma mãe americana e descreve, perplexa, como são as roupas das crianças americanas:

> “A mãe me mostrou também as roupas das crianças. Todas as suas roupas de baixo eram brancas, e a criança menor estava enfiada dos pés à cabeça em branco. Perguntei à mãe se a criança estava de luto por causa de algum parente falecido, pois o branco para nós é a cor do luto; ela respondeu porém que não era o caso, que era só uma questão de manter pura a criança... então vi suas camas: elas também estavam cobertas de branco, o que dava uma impressão geral extremamente sombria. Eu não conseguia compreender por que se usava tanto branco, pois se ela é a cor triste, do luto e da morte. Certamente uma criança deve ser vestida e envolvida somente com as cores da felicidade: vermelho escarlate, amarelo e azul! Nós vestimos nossas crianças da cabeça aos pés em escarlate, pela alegria que sentimos por elas terem nascido. Entretanto, entre esses estrangeiros, nada corresponde à natureza.”

As chinesas também se casam usando vermelho. O ideograma chinês para

“vermelho” contém também o signo de “seda”, pois são exclusivamente as roupas de festas que são vermelhas. As indianas também trajam vermelho em suas bodas. O vermelho é a cor sagrada de Lakshmi, a deusa indiana da beleza e da riqueza. Na Antiga Roma, as noivas usavam um véu vermelho flamejante, o “*flammeum*”; lá existia até mesmo o ofício de tecedores de véus de noivas.

Em função de sua cor vermelha, até mesmo um besouro se transformou em símbolo de felicidade – a joaninha. Ele é o único dos besouros que achamos gracioso; e ele é útil também, alimenta-se de parasitas. Por isso, coube a esse escaravelho vermelho a honra de carregar o nome de Maria (em alemão, *Marienkäfer*, o escaravelho de Maria).

E quando “alguém pinta um dia do calendário de vermelho”, significa que é um dia de sorte.

7. Corais e touquinhas vermelhas contra o mau-olhado

O vermelho supostamente protege também do mau-olhado dos demônios e dos invejosos. Os recém-nascidos que ainda não tivessem sido batizados, acreditava-se que estivessem especialmente ameaçados pelo mau-olhado – o que não é de se admirar, pela alta taxa de mortalidade de recém-nascidos e de parturientes que existia naquela época. Sempre que nas pinturas da Idade Média está representada uma cena de parto caseiro – em sua maioria nascimento de santos – a cama está forrada com uma coberta vermelha, havendo em geral também um dossel e cortinas dessa mesma cor. Desse modo, a cama em que aconteceria o parto ficava protegida contra todo tipo de mau-olhado → Fig. 37.

As almofadas em que antigamente se transportavam os recém-nascidos eram vermelhas, ou enfeitadas com laços vermelhos → Fig. 17. Até cerca de 1930, os bebês e as crianças novinhas eram sempre vestidos de branco, e todos usavam vestidinhos – os macacões ainda não existiam naquele tempo. Os vestidinhos brancos eram, em sua maioria, usados por meninas e meninos, com uma fita vermelha amarrada à cintura. Nos quadros antigos em que aparecem crianças, frequentemente elas estão usando um cinturão rubro, de onde pende um coral vermelho, semelhante a um grande dente. Esses amuletos eram usados também como chupetas.

Ainda hoje, de bom grado são esculpidos amuletos de coral vermelho. Na Itália, as mãos fechadas fazendo figas são apreciadas como talismãs para proteção contra o mau-olhado. Nos locais de peregrinação ainda se veem rãs de cera vermelha; são as “rãs parturientes”. Como antigamente o útero das grávidas era comparado a uma rã, as pessoas, através dessas rãs vermelhas de cera, auspiciavam um bom parto. E as grávidas na Alemanha costumavam colocar diante de santuários sagrados um *Fatschenkindl* feito em cera – *Fatschenkindl é* como eram chamados os recém-nascidos que costumavam ser enfaixados – “*fatschen*” é um antigo termo para “*quetschen*”, prensar, espremer.

E Chapeuzinho Vermelho usava o chapéu vermelho como proteção mágica, para se proteger do lobo mau.

8. Próximo e sonoro

A proximidade: vermelho 28% · laranja 12% · amarelo 12% · verde 10%
O sonoro: vermelho 28% · amarelo 25% · laranja 23% · preto 12%
A extroversão: vermelho 27% · laranja 19% · amarelo 19% · ouro 10% · violeta 8%

Assim como o calor, tudo que é barulhento só sugere a cor vermelha de perto. E, em termos visuais, o vermelho sempre se projeta. Só existem alguns poucos quadros em que o vermelho foi empregado como cor de fundo, e são quadros sem efeito de profundidade.

Quando observamos os pedestres num espaço aberto, os que estiverem vestidos de vermelho irão dar a impressão de estarem mais próximos do que os que vestem verde ou azul – embora estejam à mesma distância. O vermelho é, de modo geral, a cor dos extrovertidos. O vermelho não tem como ficar em segundo plano.

Nesse contexto, o polo oposto ao vermelho é sempre o azul. O azul é o frio, o silencioso, o distante. O azul é o imaterial. O vermelho, na simbologia antiga, é a cor da matéria – porque ele parece tão palpavelmente próximo. O simbolismo, por extensão de sentido, continua vivo: a cantora Madonna, em seu videoclipe "*Material Girl*" – trata-se de uma mulher que se interessa muito por coisas materiais, como joias e dinheiro – veste, naturalmente, um luminoso vestido vermelho. Nenhuma outra cor é tão materialista.

O vermelho e o azul, em termos psicológicos, são cores contrárias. Os quadros de cores mostram esses contrastes do vermelho e do azul em todas as suas variações → primeiro encarte de imagens, a partir da página 48.

9. A cor dos nobres e dos ricos

A cor de um casaco, de um vestido, de um terno, antigamente não se constituía numa questão de gosto; era, antes, um símbolo de *status*, que demonstrava a todos quem era quem. Até a época da Revolução Francesa, existiam por toda parte códigos de vestimenta que determinavam quem deveria usar o quê. Existiam cores condizentes, tecidos condizentes e peças de vestuário condizentes. Os códigos de vestimenta diferenciavam cores, tecidos e peças de vestuário para a alta e a baixa nobreza, o alto e o baixo clero, os burgueses ricos e os burgueses pobres, os fazendeiros ricos e os fazendeiros pobres, os servos e os escravos, as viúvas e os órfãos sem posses, até para os mendigos. Ninguém deveria usar roupas que fossem mais luxuosas a que o prestígio de sua condição fazia jus. Quem não se trajasse de maneira adequada poderia até ser preso e levado pela polícia.

Quanto mais tecido fosse necessário para uma peça de vestimenta, maior nobreza havia nela. Os tecidos custavam tão caro que andar “envolvido em lençois” (*betucht sein*, bett-tuch = lençol da cama) é até hoje sinônimo de “ser rico”. Até o século XX, as mulheres de camponeses e de operários, e de assalariados simples, não possuíam mais do que dois vestidos de verão e dois vestidos de inverno – e cada uma possuía um vestido para os domingos e outro para os dias de semana. E tudo era usado por séculos. Os vestidos já muito usados passavam por reformas e viravam blusas e saias.

Por séculos, só eram consideradas bonitas as cores puras, luminosas. Consequentemente, as cores luminosas eram privilégio das altas camadas. Valia a lei: cores luminosas para os ricos, cores opacas para os pobres.

Carlo Magno (742-814), que declarou sua residência em Aachen, centro do Sacro Império Romano da Nação Alemã, fez com que o palácio imperial e a catedral onde ficava seu trono fossem pintados de vermelho luminoso. Não teria como demonstrar com maior clareza seu poder sobre a Igreja: o que era vermelho pertencia ao Imperador.

A avaliação da pureza e da luminosidade das cores era critério para determinar seu preço. Quanto mais luminosa uma cor, tanto mais cara, pois era difícil livrar as cores naturais das impurezas. O vermelho era a mais cara das cores na tinturaria têxtil: a fabricação dos corantes era cara, o tingimento era

dispendioso. As tintas e os ingredientes necessários para tingir de vermelho tinham que ser importados → Vermelho 10. O verde era uma cor pequeno-burguesa. O azul era uma cor que se diferenciava: era nobre caso fosse um luminoso azul-celeste; o azul-escuro era a cor comum das roupas simples, de trabalho e da vida diária. Os pobres só podiam vestir roupas não tingidas, ou seja, pardas e cinzentas.

A antiga crença mágica de que o vermelho concedia força e poder se evidenciava no fato de que a nobreza dominante proibira seus súditos de vestir vermelho. Quem se vestisse de vermelho sem pertencer à classe que estava autorizada a usá-lo era executado.

A peça de vestimenta típica da Idade Média era o manto (*Schaube)*, um tipo de capa cortada como uma toga. Somente os nobres podiam usar esse manto na cor vermelha, e eles o usavam cobrindo todo o corpo até os pés, e tinha pregas em forma de sino e mangas largas. As capas e capotes das classes inferiores eram, por sua vez, de cores desbotadas, de tecidos baratos, iam só até os quadris e não tinham mangas.

Quando a nobreza perdeu seu poder econômico, perdeu também o privilégio de usar o manto vermelho. Em 1498, foi baixada uma ordem em Fraiburgo que autorizava também as pessoas instruídas a usarem o manto vermelho. Entre 1524 e 1525, a Alemanha foi assolada pela guerra dos agricultores, que se rebelaram contra a exploração que a nobreza exercia sobre eles; entre outras coisas, eles exigiam o direito de usar o manto vermelho – em sinal de sua valorização social. Foi em vão. Assim que as rebeliões foram sufocadas e os camponeses derrotados, acabaram dispondo de menos direitos do que os que possuíam antes.

Mas uma pequena faixa da burguesia, os patrícios, chegou a ser mais rica do que os nobres, graças ao comércio. E eles não permitiram que as vestimentas fossem regulamentadas. Os patrícios converteram o vermelho na cor dos ricos. No Renascimento, o vermelho era a cor mais apreciada por homens e mulheres, por jovens e por idosos.

Os que podiam se vestir de vermelho também se casavam usando essa cor. Até meados do século XVIII, as patrícias de Nuremberg se casaram vestidas de vermelho, e seus noivos vestiam calças da mesma cor.

Na moda do século passado, as cores luminosas tinham quase desaparecido das roupas masculinas e, na moda feminina, passaram a dominar, igualmente, as cores apagadas. As crianças e os adolescentes passaram a se vestir cada vez mais como adultos. Alguém dos tempos do Renascimento haveria de achar as cores apagadas de nossa moda detestáveis.

O que restou do vermelho da nobreza: ainda hoje, por ocasião de uma ópera, de um teatro ou chegada ao hotel, desenrola-se o tapete vermelho para Suas Altezas Reais.

O *Gotha*, livro da nobreza em que figuram todos os nobres, encontra-se tradicionalmente encadernado em vermelho. E na Inglaterra, o Calendário da Nobreza se chama *The Red Book*.

Sendo a caça à raposa um esporte real, os caçadores vestem jaquetas vermelhas, luminosas. Essas jaquetas se chamam “redingotes” – abreviatura de “*red riding coat*” (casaco vermelho para cavalgadas). Os mantôs, ao estilo dessa jaqueta para cavalgar – casaco feminino comprido, caimento amplo, traspassado, ajustado à cintura e duplamente abotoado na frente – são chamados até hoje de redingotes, qualquer que seja sua cor.

À nobreza, no século XVIII, só restou um privilégio simbólico ao usar o vermelho – pode-se constatar isso pelo quadro da coroação de Luís XIV, pintado por Rigaud em 1701. Sob o manto azul da coroação, Luís XIV está inteiramente vestido em seda branca: sob umas bombachas curtíssimas – mais curtas que a mais exígua das minissaias de que se faz uso hoje em dia – ele veste meias de seda brancas e sapatos brancos. Apenas um detalhe é vermelho: os saltos de seus sapatos → Fig. 19. Apenas os nobres estavam autorizados a usar sapatos de saltos vermelhos.

10. Cor de luxo, feita à base de pulgas, para reis e cardeais – e batons

A história das cores têxteis vermelhas é um capítulo luxuoso.

O vermelho mais antigo é o púrpura. Os reis são coroados vestindo mantos vermelho-púrpura. Os cardeais também vestem vermelho-púrpura. As togas dos juízes do mais alto escalão também são dessa cor. Quando se fala em vermelho-púrpura, vem à mente a ideia do símbolo cromático do poder. Contudo: de que cor é o vermelho-púrpura? É vermelho como um tomate, como um morango ou como uma cereja madura?

O verdadeiro púrpura é da cor violeta, como uma ametista. Esse tom de púrpura-violeta era a cor mais cara dos antigos, sua fabricação era um segredo da tinturaria imperial da corte bizantina. Só quando o segredo de sua fabricação foi perdido, após a queda de Constantinopla, foi que o púrpura se tornou vermelho. A partir de então, os mais caros tecidos passaram a ser tingidos com o segundo corante mais caro: o corante vermelho. Do violeta-púrpura surgiu o vermelho-púrpura → Violeta 3.

A cor vermelho-púrpura era obtida de um inseto-fêmea, semelhante à pulga. Esses insetos, também chamados de piolhos (*Kermesläuse*), viviam num tipo de arbusto perene da família dos carvalhos (*Quercus coccifera***)**denominado carrasco, e que cresciam no Mediterrâneo. Esses piolhos são redondos e do tamanho de uma ervilha; sugam a seiva das folhas, depois põem ovos repletos de um suco vermelho, e morrem em cima deles. De seu nome – *Kermes* – vêm os nomes “carmesim” e “carmim”.

Com um quilo de tinta de quermes pode-se tingir dez quilos de lã; para obter um quilo dessa tinta é preciso recolher 140 mil quermes das folhas do carrasco, com pequenas espátulas de madeira. Quando secos, os insetos são triturados e reduzidos a um pó espesso.

A fabricação era laboriosa e a cor correspondentemente cara. Mas os quermes valiam seu preço, não apenas em função de seu vermelho intenso, mas também por sua tinta ser resistente à luz. A maioria das cores naturais desbotavam logo, assim não era possível utilizá-las para tingir tecidos caros, que pudessem ser passados de geração em geração. Já os fenícios tingiam de vermelho de quermes a lã, a seda e o couro. Os tapetes de parede da Idade

Média, tingidos com essa tinta, até hoje apresentam um vermelho luminoso. E os marroquinos usam até os dias atuais como vestimenta oficial das festas o "*fes*", uma capa vermelha, tingida de vermelho carmim, sobre suas túnicas brancas, como prescreve o Corão.

Como tudo quanto fosse caro, o vermelho de quermes foi usado também como remédio. Acreditava-se que um xarope preparado à base de quermes curava as "enfermidades rubras".

Outro famoso corante vermelho, conhecido desde a Antiguidade, é feito à base de garancina, ou granza. Essa planta é um arbusto de flores amarelas, de onde o corante é obtido. A tinta se encontra nas raízes que, quando secas, adquirem uma cor vermelha luminosa, sendo em seguida moídas. A granza se conserva bem e quando armazenada por vários anos tinge ainda melhor – o que é ideal para o comércio. Com granza são fabricadas tintas têxteis e também cores artísticas → Vermelho 18.

Para que o corante de quermes ou de granza se fixe bem ao tecido, esse último é tratado com mordentes (uma espécie de salmoura). Para tingir de vermelho necessitava-se também de alúmen, que precisava ser importado da Turquia ou do Egito, outro fator que fazia com que os tecidos fossem tão caros.

E o tingimento em vermelho demandava um trabalho intenso. Quando a tinturaria já havia alcançado um patamar altamente desenvolvido, os manuais dos tintureiros mencionavam ainda dezesseis procedimentos necessários para tingir de vermelho; isso durava de cinco a oito dias.

Em 1434, época em que somente a nobreza estava autorizada a usar vermelho, o artista Jan van Eyck produziu umas das pinturas mais famosas do mundo, e que hoje se encontra na National Galery em Londres: *As núpcias dos Arnolfini*. Trata-se da representação realista da imagem do casamento de nubentes da burguesia endinheirada. Ele veste um suntuoso manto de pele e ela, um luxuoso vestido verde primaveril, encontrando-se ambos num aposento onde se vê ao fundo uma cama vermelha, com cortinas também vermelhas → Fig. 37. Eram ricos, muito ricos, pois de outro modo não teriam como fazer-se retratar por Van Eyck. E podemos, com razão, nos perguntar: por que um casal tão rico quis se fazer retratar precisamente diante de sua cama? Qualquer um tem uma cama! Além disso, a noiva se encontra tão flagrantemente grávida, que dispensa quaisquer outros detalhes desse aspecto da relação (há explicações de alguns estudiosos, segundo as quais a mulher não estaria grávida, apenas estaria usando um vestido muito volumoso, como era moda naquele tempo; essas explicações não fazem muito sentido, pois não se ajustam ao espírito da época e sim ao do

início do século XX, quando as noivas grávidas eram consideradas pessoas imorais). A cama vermelha é, com toda certeza, um símbolo de *status* elevado, pois quando o quadro foi pintado os corantes vermelhos eram os mais caros. A burgueses como os Arnolfini não se permitia trajar vermelho – o que eles estavam autorizados a ter, para se proteger do mau-olhado, conforme a superstição da época, era uma cama vermelha; essa cama envolvida em tecido vermelho era tão cara, que não poderia deixar de figurar no quadro.

A melhor granza era importada da Ásia Menor. Na Europa Central se tentou ao longo de séculos aclimatar essa planta; no século XVI, os holandeses tiveram êxito e passaram finalmente a cultivar granza da melhor qualidade. Os artigos vermelhos tornaram-se então acessíveis a todos. De tal forma que não foi apenas a perda de poder da nobreza que fez com que o vermelho se tornasse uma cor burguesa.

Holandeses de prestígio usavam trajes de seda vermelho, e os camponeses em dias de festa usavam calças e jaquetas vermelhas. As mulheres tinham especial predileção por anáguas vermelhas, que se deixavam entrever por debaixo dos vestidos pretos. A pintura holandesa da época gostava de representar cenas cotidianas – tanto fazia se eram cavalheiros na patinação ou domésticas na cozinha: todos trajavam vermelho.

Não foi somente o cultivo europeu que fez com que a granza baixasse de preço. Outro acontecimento da época contribui para a desclassificação do vermelho: o descobrimento da América. Proveniente do México, logo apareceu um novo vermelho: o vermelho das cochonilhas. Os maias já tingiam com essa tinta, feita de piolhos de plantas. Em 1526, os marinheiros espanhóis importaram, pela primeira vez, a cochonilha mexicana. Mais tarde foram levados à Espanha os cactos em que esses piolhos viviam. O vermelho dos insetos mexicanos era mais bonito, mais intenso.

Em meados do século XIX, as artes da tinturaria foram ultrapassadas pelos artifícios da química. Foram descobertas as anilinas. O vermelho da granza foi o primeiro corante a ser derrubado por uma substância sintética.

Em 1871, a Fábrica de Cores de Anilina e de Soda de Baden – a atual empresa de produtos químicos BASF – conseguiu produzir um vermelho de granza artificial. Mas seu quilo custava 270 marcos, ao passo que o quilo de corante natural custava 60 marcos. Os cultivadores franceses de granza, que forneciam a toda Europa a melhor granza do mercado, não se sentiram ameaçados. Porém, o vermelho de granza artificial alemão tinha seu preço reduzido a cada dia. Para salvar a tinta natural francesa da tinta artificial alemã, o

exército francês alterou seus uniformes: os soldados deveriam usar calças vermelhas de granza, o que lhes trouxe o apelido de "*pantalons rouges*". O subsídio estatal foi em vão – em 1886, a granza artificial custava, na Alemanha, nove marcos por quilo. Os camponeses franceses capitularam. Assim como aconteceu com o pastel, a granza desapareceu. Em seu lugar, os camponeses passaram a cultivar vinho.

Faz tempo que os corantes à base de insetos do gênero da cochonilha foram substituídos por corantes sintéticos. Na Espanha e no México existem ainda plantações de cactos de cochonilhas, o que se explica em virtude de a substância orgânica corante desses insetos ser necessária à preparação de medicamentos, alimentos, bebidas – como o Campari – e batons para os lábios.

11. A cor da agressividade, da guerra, de Áries e de Escorpião

A ira: vermelho 52% · preto 21% · laranja 8% · verde 8%
A agressividade: vermelho 37% · preto 21% · laranja 8%
A excitação: vermelho 37% · laranja 18% · violeta 11% · amarelo 8%

Vermelho-laranja-violeta é o acorde da excitação. Quanto mais ameaçadora a excitação parece, quanto mais o preto se associa: vermelho-preto-laranja é o acorde da ira, o máximo em agressividade.

Vermelho é a cor da guerra. A Marte, seu deus, era atribuída a cor vermelha, cor do sangue – por isso o planeta Marte é o "planeta vermelho". O mês de março – de quem tomou o nome – pertence a ele. O signo de Áries domina os meses de março e abril. Que Áries seja representado por um carneiro, isso se deve a uma antiga confusão: o deus romano da guerra, em grego, se chama Ares; um pequeno engano na escrita acabou resultando no nome "Áries", que significa carneiro. Áries é o primeiro signo zodiacal do ano astrológico porque, nos tempos pré-cristãos, o início da primavera coincidia com o início do ano. Aqui também, a primeira cor é a vermelha. Os astrólogos atribuem com unanimidade excepcional, aos nascidos sob o signo de Áries, tanto a cor vermelha quanto todas as qualidades "rubras". A Marte corresponde também o signo de Escorpião. Naturalmente a esses signos não estão atribuídas apenas as qualidades negativas, ditas "vermelhas", como a agressividade e a raiva, mas também qualidades positivas, como atividade e coragem. Ao "signo vermelho" os astrólogos consignam, de acordo com o tradicionalismo do vermelho masculino, sobretudo qualidades predominantemente masculinas → Vermelho 23.

O vermelho dá força. Por isso os guerreiros usavam vermelho ou se pintavam com essa cor. Quase todos os uniformes históricos são vermelhos: desde os reluzentes *beef-eaters* (comedores de bifes) diante do Palácio de Buckingham, até os da guarda suíça do Papa. Antes das batalhas, os uniformes vermelhos permitiam avistar de longe o inimigo, o que contribuía para que, às vezes, a razão triunfasse: diante da visão de um grande exército, os inimigos, em número inferior, fugiam.

Ainda no decorrer da Primeira Guerra Mundial, Manfred von Richthofen, o

Barão Vermelho, mandou pintar de vermelho luminoso seu pequeno avião de combate. Queria que seus inimigos o vissem para, desse modo, atraí-los. Ele foi o mais célebre piloto de combate da Primeira Guerra Mundial: abateu oitenta aviões, até que foi, ele mesmo, derrubado.

Em 11 de novembro, dia em que se comemoram os tombados da Primeira Guerra Mundial, todo cidadão inglês carrega uma papoula em sua lapela. São papoulas artificiais, e a rainha da Inglaterra às vezes usa um broche de papoulas enfeitadas com diamantes. A papoula simboliza o sangue dos soldados, derramado nos campos de batalha onde essas flores nascem.

12. Vermelho e preto: o perigo e o proibido

O perigo: vermelho 40% · preto 22% · laranja 14% · amarelo 14%

O proibido / o não permitido: vermelho 35% · preto 26% · violeta 12% ·marrom 8%

Não há nada de mais moderno para se estudar o simbolismo das cores no cotidiano do que o trânsito pelas ruas. A cor mais importante é o vermelho. Quem não prestar atenção ao vermelho pode ser multado, pois coloca a si mesmo e aos outros em perigo. Quando aparelhos de medição de todo tipo atingem o campo vermelho, significa que alguma coisa está errada.

Como foi que se chegou a um acordo mundial sobre cada uma das cores dos semáforos? À luz do dia o amarelo é a luz mais clara, depois vem o vermelho, depois o verde, seguido pelo azul. No nevoeiro o verde é a cor mais visível, depois o amarelo, depois o azul, e só então o vermelho. Por que então se escolheu para os semáforos cores que não correspondem à sua clareza cromática? Porque não se trata só de cores – se é para ser discernida, é mais importante o ambiente à sua volta. O azul não funciona como luz de semáforo, pois a luz azul não oferece nenhum contraste em relação ao céu. Um sinal de luz amarelo não teria como se diferenciar da iluminação das ruas e dos faróis dos automóveis. O verde, nós o encontramos diariamente nas paisagens, mas se o vemos ou não, não tem muita importância, pois ele significa “siga”. Por ser o vermelho, tanto de dia quanto à noite, a luz menos natural em comparação à cor do céu e da paisagem, foi por isso que o vermelho foi escolhido para ser a luz mais importante do semáforo.

Quando uma cor simbólica adquire tanta importância, a ponto de ser imprescindível que a observemos, ela passa a ser fortalecida por símbolos não relacionados a cores. Para que os daltônicos compreendam os luminosos, em todo lugar do mundo o vermelho fica em cima, o verde embaixo. Além disso, os sinais de pedestres mostram uma figura parada, outra caminhando – além das cores – um nível de representação concreta que até as crianças podem compreender.

Os semáforos como símbolos cromáticos profundamente internalizados foram transpostos para outros domínios. O vermelho sinaliza: “Pare! Perigo!”. Freios de emergência e botões de alarme são vermelhos. Nos balões, o cabo que

só pode ser puxado para descida é vermelho. A cor vermelha nos diz: “Pare!”, “Proibida a entrada!”. Uma luz vermelha à porta de um estúdio de rádio ou de uma sala de operações significa que o acesso está proibido.

No futebol, um jogador fica proibido de continuar jogando quando o árbitro da partida lhe mostra o “cartão vermelho”.

Desde o sinal que proíbe estacionar até o aviso de “Proibido fumar”, os sinais de proibição têm, internacionalmente, dois elementos em comum:

1. Uma margem vermelha.
2. Todos os sinais de proibição são redondos.

13. Vermelho com violeta e rosa: vermelho com sexo

A sedução: vermelho 35% · violeta 14% · rosa 12% · preto 10% · ouro 8%
A sexualidade: **vermelho 50%** · rosa 10% · violeta 8% · preto 8%
O erotismo: **vermelho 55%** · preto 15% · rosa 12% · violeta 10%

Vermelho-violeta-rosa, esse é o acorde típico da sedução, da sexualidade. Ao amor pertence o delicado rosa, quanto mais fortemente o amor se associar à sexualidade, mais fortemente entra em jogo o violeta. O violeta se encontra, em termos morais, entre o bem e o mal; é a cor da ambivalência, pois ele oscila entre o vermelho e o azul. Violeta é também a cor da decadência, porque ele tende ao preto. O violeta ressalta o erotismo do vermelho como nenhuma outra cor.

Vermelho com violeta e rosa é uma combinação excepcional de cores, sobretudo para o gosto europeu. Vista de uma perspectiva conservadora, essa combinação é a escala mais baixa do mau gosto. No entanto, é um acorde frequente na pintura moderna, que o considera harmonioso, pois, afinal de contas, o vermelho, o rosa e o violeta são cores aparentadas.

A combinação do vermelho com o violeta ou do vermelho com cor-de-rosa nunca foi popular na moda. Só na época da arte *pop*, nos anos setenta, quando se usavam tantas cores quanto fosse possível, e quando chegaram as cores "chocantes", só então foi considerada elegante a combinação de vermelho com violeta e rosa, pois "chocava". Na moda masculina atual, essa combinação de cores não se apresenta; na moda feminina, se for o caso, ela acontece na moda para a noite, em tecidos reluzentes. Uma mulher que não tenha consciência da extravagância dessa combinação não deverá usá-la. Contudo, uma mulher que esteja perfeitamente consciente do que está fazendo mostra-se refinadamente sedutora e possuidora de um bom gosto fora do comum ao usá-la. As mulheres acostumadas a usar o vermelho com violeta ou rosa, em sua maioria, estudaram arte. A pintora Elvira Bach e a designer Paloma Picasso faziam uso frequente de vermelho e rosa choque em seus amplos vestidos de noite.

14. A cor do imoral: *Rouge* e cabelos ruivos, Deus nos livre!

O imoral: vermelho 25% · violeta 20% · preto 20% · rosa 10%

Quanto mais um preto pecaminoso e quanto mais um tom decadente de violeta se combinarem com o vermelho, maior a impressão de imoralidade que se transmite. O diabo veste vermelho e preto. O inferno é vermelho, e também "os inferninhos" – onde reluzem certas luzes vermelhas. E uma tênue luz vermelha cria um ambiente de pecado.

O vermelho é a cor típica das meretrizes. "Não vista tanto vermelho, vão te tomar por uma vagabunda"; assim as mães costumavam advertir suas filhas.

No Novo Testamento aparece a "Mãe das Fornicações", uma mulher totalmente vestida em vermelho. Nas atuais traduções, esse vermelho é definido como "escarlate e púrpura", e Lutero o traduziu como "escarlate e rosa". Dá no mesmo que tom de vermelho seja: não existe nenhuma base histórica para se depreciar o vermelho como a cor da prostitutas. Uma vez que a cor da roupa tinha conotação social, o vermelho era a cor de mais alto prestígio. Durante séculos, somente os reis puderam usar o púrpura, e só os nobres o vermelho. Um antigo provérbio dizia: "o púrpura e o roxo nunca enfeitam adereços comuns." A "Mãe das Fornicações", vestida de vermelho, era imaginada antes como uma rainha, pois estava inclusive adornada de ouro.

Somente no século XX, quando a escolha das cores se tornou livre, os psicólogos puderam extrair significados das cores das roupas. Só nas democracias, quando foi concedida importância aos cidadãos médios, é que surgiram a moral e a moda do mediano, com a ideia de que "o que não chama a atenção é o correto". Somente então foi possível identificar as cores discretas com seriedade e as cores chamativas com imoralidade.

Uma tradição mais antiga é, entretanto, depreciar os cabelos ruivos. Na Idade Média, as mulheres ruivas temiam ser queimadas como bruxas, sobretudo na Alemanha e na Espanha, países onde as ruivas são exceção. Um motivo: frequentemente as crianças ruivas são filhas de pais que não o são, e na Idade Média estava difundido o temor de que os recém-nascidos tivessem sido trocados. Isso acontecia algumas vezes por acaso, em outras propositadamente um bebê saudável era trocado por um doente, malformado, por "homens

malvados” ou pelo próprio diabo em pessoa – “*Wechselbalg*”, um “trocado”, assim eram chamadas na Alemanha as crianças cujos pais suspeitavam que, em realidade, não fossem seus filhos. Várias lendas e contos frequentemente falam dessas criaturas. Uma criança ruiva cujos pais não o fossem trazia a desconfiança – será que o demônio fez a troca?

Os homens de cabelos vermelhos também estavam relacionados ao diabo. Judas Iscariotes, o traidor, é em geral pintado ruivo. Um velho ditado diz: “*Roter Bart, Teufelsart*” (barba vermelha, coisa do diabo), e um outro diz: “*Rote Haare, Gott bewahre*!”(Livrai-nos Deus dos cabelos vermelhos!). Até mesmo as raposas e os esquilos de pelagem vermelha eram tidos como animais do demônio. Por isso o ditado: “O diabo é um esquilo”. Na Inglaterra de antigamente, o esquilo era o animal símbolo das prostitutas.

A tradição permanece viva, pois uma moderna mãe de Deus que fosse ruiva seria considerada, ainda hoje, uma imagem blasfema. E, no entanto, se acredita que as ruivas são especialmente ardorosas. Como cabelos vermelhos não são adequados a “senhoras decentes”, as mentes conservadores ainda hoje os vêm como cabelo típico das meretrizes.

Na Irlanda, onde abundam os ruivos, a coisa era outra. O nome feminino “Scarlett”, que significa “escarlate”, tornou-se famoso por intermédio de Scarlet O’Hara, personagem central do romance *E o vento levou...*, de Margaret Mitchell. Nesse romance todos os personagens são caracterizados com nomes de cores. A anticonvencional e passional Scarlett se casa com Rhett, nome que foneticamente se assemelha muito a “*red*”, vermelho. Scarlett se sente estranhamente atraída por Ashley, e a palidez de seu nome combina com sua natureza monótona, insípida. Ashley se casa com Melanie, nome que significa “preta”, assim sua proximidade ao cinzento Ashley fica simbolizada, como também sua dicotomia em relação à rubra luminosidade de Scarlett. O nome “Scarlett” sugere também sua ascendência irlandesa, considerada nobre – além disso, *scarlett* é também sinônimo de indecente. Em *E o vento levou...*, a empregada negra Mamy, que está sempre atenta ao decoro, sonha durante anos com anáguas vermelhas de tafetá, como as que usava sua avó, até que finalmente Rhett Butler a presenteia com elas. Ela as veste conforme era o uso em 1870, ocultas sob o amplo vestido preto – porém o roçar da seda é audível quando ela caminha.

Um conhecido símbolo de imoralidade na Inglaterra e na América é *A letra escarlate* (da novela de Nathaniel Hawthome, 1850), que é a letra “A” de adultério.

As mulheres usam batom para dar a impressão de que têm mais sangue nos lábios e, por isso, são mais passionais. *Rouge*, palavra francesa para “vermelho”, é o nome com que o mundo inteiro conheceu o cosmético vermelho para as maçãs do rosto, usado para que a pele parecesse mais jovem. Quando, na música medieval extraída de *Carmina Burana* se diz: “Vendedor, dá-me a cor”, trata-se naturalmente da cor vermelha, do “*rouge*” para as maçãs do rosto. Durante séculos, fabricou-se o *rouge* com pó de cochonilhas secas. No Renascimento, quando a moda feminina exigia grandes decotes, as senhoras também maquiavam de vermelho o colo. Porém, o esmalte para as unhas só apareceu em 1924, ano em que Peggy Sage o introduziu no mercado norte-americano.

15. O vermelho político: a cor da liberdade, dos trabalhadores, do socialismo

O vermelho é a cor mais frequente nas bandeiras. Flâmulas vermelhas são mais vistosas. O outro motivo: as faixas precisam ter boa resistência à luz, e antigamente existiam poucas cores que resistissem tão bem à luz quanto os vermelhos de granza e de quermes.

Bandeiras vermelhas surgem continuamente na história como bandeiras de guerra.

Em 1792, os jacobinos elegeram a bandeira vermelha como bandeira da liberdade.

Em 1834, quando da insurreição dos tecelões de seda em Lion, a bandeira vermelha da liberdade foi escolhida como bandeira do movimento operário.

A bandeira vermelha do operariado foi eleita, na Revolução Russa de 1907, como bandeira do socialismo e do comunismo.

Vermelho é a cor política do marxismo-leninismo, pois em russo “vermelho” significa bem mais que uma cor. “*Krasnij*” – vermelho em russo – pertence à mesma família de palavras de “bonito”, “cordial”, “bom” (*krasiwej*). “Os vermelhos” significa também “os bons” e “exército vermelho” significa “Glorioso Exército”.

O anticomunismo, por sua vez, fala em “ameaça vermelha”, e os ministros dos Estados socialistas são chamados de “czares vermelhos”. A República Popular da China passou a ser chamada de “China Vermelha”.

De acordo com seus adversários políticos, sociais-democratas, radicais da esquerda e terroristas são também “vermelhos”. É sabido pela psicologia que, quanto mais fraca sua posição política e sua própria cor, mais forte parecerá a cor do adversário.

A reserva alemã diante das bandeiras vermelhas é também uma recordação do regime de Hitler. Hitler deliberadamente escolheu o vermelho como fundo para sua bandeira nazista, com a suástica. Para estabelecer o nacional-socialismo como partido das massas, ele necessitava da simpatia dos trabalhadores: Hitler escolheu o vermelho como referência psicológica e cromática com o movimento dos trabalhadores.

16. A cor das correções, do controle e da justiça

Todo escolar sabe que o vermelho é a cor das correções. Com vermelho, os preços são reduzidos. “Aqui está no comando o lápis vermelho”, “nossos preços estão vermelhos”, é como se anunciam as liquidações. E quando, na planificação e na gestão empresarial, se diz que “o lápis vermelho fez mais uma vítima”, é porque foram feitos cortes no orçamento. Quem “escreve números vermelhos” está tendo prejuízo, está em déficit – os números vermelhos são um sinal de alerta.

O atraente “fio vermelho que percorre a história”* nada tem a ver com o fio que Ariadne deu a Teseu, para que ele pudesse sair do labirinto do Minotauro. A origem dessa expressão foi um truque, mediante o qual a marinha inglesa protegia suas cordas e cabos: eles enrolavam um fio vermelho junto às fibras de cada cabo, quando eram tecidos; esses fios imediatamente identificam a marinha inglesa como sua legítima proprietária. Para poder retirar o fio, o ladrão teria que desfazer toda a tessitura do cabo.

Uma curiosidade inglesa conhecida pelos leitores de romances policiais é o “*red herring*”, o “arenque vermelho”. Porém, não se trata de um peixe e sim de um extravio, de uma pista falsa, que deveria chamar a atenção, uma vez que os arenques não são vermelhos.

O vermelho é também a cor da justiça: durante séculos, as sentenças haviam estabelecido que sangue com sangue se paga. Nas cidades medievais, bandeirolas vermelhas eram içadas nos dias em que fosse acontecer um julgamento. O juiz assinava as sentenças de morte com tinta vermelha. Os carrascos se vestiam de vermelho.

Até hoje os juízes do alto escalão usam togas vermelhas. Os do Tribunal Administrativo da República Federal da Alemanha usam togas vermelhas de lã, os do Tribunal da Constituição, de seda vermelha.

* “Atraente como um fio vermelho que percorre a história”, diz-se do tema central de uma história cujo desfecho vai sendo adiado indefinidamente. A lenda do fio vermelho enrolado aos cabos da Marinha inglesa foi citada pela primeira vez por Goethe em seu romance de 1809, *Afinidades eletivas*: Otília, um dos quatro personagens do romance, cujos laços de amor se entrelaçam, escreve em seu diário: “Ouvimos contar de um dispositivo especial da Marinha britânica. Todos os cabos da frota real, do mais forte ao mais fraco, são fabricados de tal maneira que, junto com suas fibras, se entrelaça também um fio vermelho, para que, em caso de roubo, o ladrão se autodenuncie; pois ele não tem como se livrar dessa linha vermelha, a menos que desfaça o cabo inteiro – e todos sabem que essa é a marca da coroa.” (N.T.)

17. A cor do dinamismo

O dinamismo: vermelho 24% · prata 22% · azul 20% · laranja 10%
A atividade: vermelho 25% · laranja 18% · amarelo 18% · verde 15%

O vermelho é ativo, é dinâmico. O artista Alexander Calder, inventor dos "móbiles" (esculturas móveis que vão sofrendo mudanças contínuas) disse: "Eu gosto tanto de vermelho que preferiria poder pintar tudo de vermelho."

Nenhuma cor se adequa melhor a um carro de corridas do que o vermelho. Todas as Ferraris que participam de corridas nos autódromos são vermelhas. Muitos acreditam que seja por motivos psicológicos, para que os outros acreditem que a Ferrari é a fabricante dos carros mais velozes, mas não; o vermelho, para a Ferrari, foi um feliz acaso. No início do século XX, quando foram organizadas as primeiras corridas de carro internacionais, a AIACR – Associação Internacional dos Automóveis Clubes Reconhecidos – que consignou a cada país uma cor. Para as fabricantes alemãs de automóveis caiu o branco – mais tarde também o prata; a Inglaterra recebeu o verde – a cor típica do Jaguar é o "*racing green*" (verde de corrida); a França ficou com o azul; a Holanda, com o laranja, e à Itália coube, justamente, o vermelho.

Para um refrigerante como a Coca-Cola, de efeito estimulante, nenhuma cor cai melhor que o vermelho. Pelo mesmo motivo, o vermelho é uma das cores preferidas para embalagem de cigarros, como o Marlboro. O vermelho passa a imagem de fumantes dinâmicos.

Vermelho é a cor simbólica de todas as atividades que exigem mais paixão do que compreensão. Os sapatos dos lutadores de box são, tradicionalmente, vermelhos.

18. O vermelho dos artistas

Vermelho é uma cor básica, também chamada “cor primária” na teoria das cores, porque é uma cor que não pode ser obtida a partir da mistura de outras cores. O vermelho completamente puro, que não contém partículas de amarelo nem de azul, é o “magenta”. Surpreendentemente é um vermelho que parece ter uma pitada de azul; muitos o chamam de “*pink*”, e o têm por uma espécie de violeta. O que costumamos tomar por um vermelho puro é, tecnicamente, o magenta com uma mescla de amarelo → Fig. 50.

Quando os homens viviam ainda nas cavernas e pintavam suas paredes rochosas, já conheciam cores vermelhas de pintura: eram os tons “vermelho terra”. Os mais conhecidos são o “vermelho ocre” e o “vermelho *bolus*”; são terras que contêm óxido de ferro. Quando o ferro se oxida ganha uma cor vermelha – *Rost*, a palavra alemã para “óxido”, vem de “vermelho” (*rot*). Na natureza se encontram algumas terras que formam uma massa compacta mole, outras são duras como pedras; por isso, já na Antiguidade, eram cortadas em chapas para desenhar. Todas essas cores de tom vermelho terra são perfeitamente resistentes à luz e ao tempo, são as cores mais sólidas que existem. Todos os tons de vermelho terra são ligeiramente amarronzados.

Mas na Antiguidade já se conhecia também o vermelho luminoso de cinábrio. É um mineral que se apresenta sob a forma de torrões que aderem às rochas, ou de cristais violeta pardos que se tornam vermelhos quando pulverizados. Mais tarde os alquimistas descobriram que o cinábrio é uma combinação de enxofre e mercúrio. As expressões “nada mais é que cinábrio” e “fora com todo o cinábrio”, e que vinculam a cor vermelha ao fracasso e à inutilidade, refletem os vãos esforços dos alquimistas, que nunca deixaram de tentar obter ouro a partir de misturas de mercúrio e enxofre: o resultado era sempre cinábrio.

O vermelho carmim, a cor feita com a tinta dos quermes, uma espécie de piolho vegetal, é uma das poucas cores que foi empregada tanto para tingir tecidos como para pintar. O autêntico carmim de cochonilha ainda é usado em aquarelas; é um vermelho de aspecto levemente azulado. Contudo, os pintores evitavam essa cor, pois é muito pouco resistente à luz.

O vermelho de garança, ou granza, feito a partir das raízes dessa planta,

também é utilizado como cor artística, e é então chamado de “laca de granza”; também é pouco resistente à luz, mas assim mesmo é desejada, pois mesmo quando muito diluída, como cor de esmalte, tem uma intensa luminosidade.

O vermelho artístico mais luminoso e mais caro é o vermelho cádmio sintético.

19. A cor dos anúncios publicitários

O vermelho é uma cor onipresente na publicidade. E talvez seja por isso que acabou se tornando, cada vez mais, uma cor de que não se gosta. Por volta de 1950, o vermelho ainda era a predileta entre as cores. No pós-guerra, o vermelho era símbolo de uma alegria de viver renovada. Logo em seguida veio a era do consumo, e o vermelho, a cor dos anúncios publicitários, se converteu em símbolo de bem-estar. Veio então a saturação. Assim que os comerciais aparecem na TV, as pessoas logo mudam de canal; páginas que contêm anúncios em jornais e revistas também são saltadas. Depois que tudo quanto pudesse ser colorido o foi, que tudo quanto devesse chamar a atenção foi impresso em vermelho, as pessoas continuaram ainda vendo muito vermelho em tudo, até que se chegou a um ponto em que a simples visão do vermelho se tornou insuportável.

Por quase tudo poder existir também em vermelho, é quase impossível utilizá-lo de maneira criativa – sobretudo de modo a surpreender sem ser lugar-comum, mas, ao mesmo tempo, fazendo sentido → Fig. 21.

Ao se acreditar no efeito ilimitado do vermelho nos comerciais, esquece-se do seguinte fato: uma informação impressa em vermelho desperta, em termos visuais, mais atenção do que algo impresso em preto; mas, por parecer propaganda, não será lida. Um anúncio publicitário que não é lido vale tanto quanto um que não é feito – porém é muito, mas muito mais caro!

Os publicitários não gostam de ouvir isso. Eles prometem aos anunciantes uma maior atenção do consumidor, através de uma apresentação repleta de cores. A principal razão, contudo: a publicidade a cores custa bem mais – e quanto mais cara a propaganda, mais lucram os publicitários. Só por isso a propaganda permanece abundantemente colorida – mesmo que, por ser assim, ela se torne menos eficiente. Contudo, está comprovado que nas revistas muito coloridas, quaisquer anúncios que tenham sido impressos em branco e preto, dando, portanto, a impressão de serem textos da redação, são mais lidos. Todos podem testar esse fato por si mesmos.

A pouca atenção despertada pelos textos escritos em vermelho também pode se explicar pela psicologia da percepção. O que se escreve em vermelho é difícil de ler. O efeito teórico de dar destaque a alguma coisa escrevendo-a em

vermelho, na prática, se revela o oposto.

Numa campanha publicitária do Estado alemão, contra o trabalho clandestino → Fig. 16, lia-se: “Trabalhos e ocupações ilegais: fraudulentos e antissociais”. A primeira parte da frase estava impressa em branco sobre um fundo preto; junto a ela, via-se uma mão, passando a outra mão, às escondidas, um punhado de dinheiro. A segunda parte do texto, “fraudulentos e antissociais”, impressa em vermelho, tornava-se ilegível já a poucos passos de distância. Visualmente, o que se apreendia era o oposto do que o cartaz queria transmitir: o trabalho ilegal traz dinheiro líquido e certo diretamente para suas mãos – o argumento mais convincente do mundo para dedicar-se a ele.

Também foram distribuídos adesivos para essa campanha, e foi possível avistá-los durante anos nos automóveis das empresas – sem o acréscimo em vermelho “fraudulento e antissocial”. As letras vermelhas sobre o fundo preto foram se apagando com o tempo, pois não eram resistentes à luz; e a parte da mensagem que permanecia agradava bem mais aos trabalhadores. Existem muitas campanhas publicitárias desse tipo.

A figura 51 mostra o efeito de letras coloridas sobre um fundo também colorido. O que se observa é que, quanto mais viva é a cor das letras, menos importante a informação parece ser.

20. Como os animais reagem ao vermelho

É lenda que a proverbial toalha vermelha excita o touro; o que excita o animal são as lanças do picador e do toureiro. O toureiro poderia usar uma toalha azul, não faria a menor diferença. O animal investe contra tudo que se movimenta – pode ser a toalha do toureiro ou o próprio toureiro em fuga, por ter perdido a toalha. A única razão para a toalha ser vermelha é que ela evita que se veja o sangue fresco.

Os animais ouvem e sentem os cheiros melhor que nós; o homem tem maior capacidade para distinguir as cores. Os animais cuja atividade se desenvolve à noite podem enxergar, apesar da escuridão, mas a sua capacidade de distinguir cores é limitada. Os únicos mamíferos que podem ver as cores tão bem quanto nós são os primatas. Nem os cães-guia conseguem distinguir entre o vermelho e o verde – o que também não é necessário, pois os cães reagem corretamente mesmo sem semáforos. Seria perigoso demais deixar que um cão-guia se orientasse apenas pela luz do semáforo; ele precisa estar atento ao trânsito, ele se orienta melhor pela audição.

Os homens vêm cores que estejam dentro do espectro vermelho-laranja-amarelo-verde-azul-violeta. A maioria dos animais tem um espectro cromático maior, eles enxergam amarelo-verde-azul-violeta-ultravioleta; portanto, eles não enxergam o vermelho, e sim o ultravioleta, que vem depois do violeta e que é invisível ao olho humano.

Acreditávamos que alguns peixes tivessem a barriga vermelha para atrair parceiros sexuais; contudo, os peixes não enxergam o vermelho; eles veem um padrão de ultravioleta que nós não vemos.

Tampouco as abelhas e outros insetos veem o vermelho, e sim o ultravioleta. Muitas flores contêm padrões de ultravioleta. A capacidade de visão dos insetos conduziu à seleção de cores feita pelas plantas: as flores que são polinizadas pelos insetos raramente são vermelhas – por isso as papoulas vermelhas são pretas no centro.

Mas pássaros enxergam o vermelho. Há muitos tipos de flores vermelhas nos trópicos, pois elas são polinizadas por colibris.

21. Efeitos milagrosos nos cegos? Como o vermelho gera agressividade

É comum lermos, aqui e ali, estar cientificamente comprovado que o vermelho age até quando não se pode vê-lo; de tal forma que até cegos, ao entrar em ambientes cujas paredes estão pintadas dessa cor, têm a sensação de estar num ambiente mais quente, em comparação àqueles pintados de branco ou de azul. Infelizmente, nunca se leu de que maneira isso foi comprovado – esse é o fator que mais interessa aos cientistas. Esses cegos são cegos de nascença, ou conheciam as cores? Por quanto tempo tiveram que permanecer no ambiente até detectarem a sensação de estar mais quente? Trata-se de uma impressão espontânea? Acontece logo, ou precisa de um tempo? E principalmente: os cegos sabiam de que cor os ambientes estavam pintados?

Comecemos pelos fatos consumados: quando vedamos os olhos de pessoas que enxergam e as conduzimos para aposentos pintados em diversas cores, cores essas que elas desconhecem, elas não percebem nenhuma alteração de temperatura se os aposentos estiverem todos igualmente aquecidos, ou se a percepção da temperatura depender de outros fatores, que não têm relação alguma com as cores. Deveríamos acreditar que os cegos possuem sensores cromáticos secretos? Inatos, ou adquiridos? É preciso fazer distinção entre pessoas que são cegas de nascença e aquelas que só se tornaram cegas depois? Por que o conhecimento desses sensores cromáticos permaneceu oculto até então? No entanto, ao invés de especulações, bastam alguns fatos para esclarecer: os cegos de nascença aprendem, com a linguagem, que as cores estão ligadas a certas propriedades. Eles aprendem que o “quente” é uma qualidade do fogo, e que tem a ver com a cor vermelha – e que, desse modo, o vermelho é a cor do amor e da paixão. Aprendem que a neve é branca e fria – mas que das mãos frias se diz que estão “azuis”, congeladas de frio; que uma mancha azul arroxeada não tem nada a ver com o frio, e que os cegos também podem ficar “verdes de inveja” – resumindo, eles aprendem a mesma simbologia que as pessoas que enxergam, pois aprendem a mesma língua. O significado de cada cor é aprendido do mesmo modo que o significado de outros conceitos; para os cegos é mais difícil, mas não é diferente. Os cegos aprendem também que ambientes vermelhos têm um efeito caloroso maior que os azuis ou os brancos, e

podem, desse modo, sentir um efeito correspondente – exatamente como os que veem percebem esse efeito de maneira espontânea – sem, no entanto, verdadeiramente senti-lo.

Os que acreditam nos efeitos mágicos das cores estão sempre interessados em efeitos inconscientes, que ocorrem sem a intervenção da razão; mas, com isso, acabam se esquecendo sempre de que toda impressão espontânea é testada pela razão; e que, caso a razão não a confirme, então essa impressão espontânea será reprimida como errônea, e terá seu efeito interrompido. Desse modo, num experimento desse tipo, teria também importância decisiva saber quanto tempo os cegos permaneceram nos ambientes.

Todo o mistério do teste acabaria se nos fosse revelado que os cegos sabiam de antemão de que cor estava pintado cada um dos ambientes dos quais eles devessem avaliar a temperatura. O teste só poderia funcionar sob esse pressuposto: desde que os cegos não soubessem de que cor um aposento está pintado, desde que sua avaliação da temperatura seja completamente independente das cores – e tão pouco confiável quanto a das pessoas que enxergam.

Pode-se fazer o seguinte teste com pessoas de visão normal: primeiramente, vedam-se-lhe os olhos; então, os conduzimos de um aposento branco para um segundo aposento, também branco – porém lhes dizemos que esse segundo aposento está pintado de vermelho. A maioria sente o suposto vermelho e, correspondentemente, acredita que o aposento, que no entanto é igualmente branco, está mais quente.

Experiências psicológicas frequentemente funcionam de modo muito simples; porém possibilidades de engano, que falseiam o evento, existem em toda parte. Mesmo quando não se diz aos cegos de que cor o aposento em questão está pintado, e dali se os conduz para um outro aposento, pintado de branco ou de azul, apenas o fato de se lhes colocar uma pergunta aparentemente tão objetiva – como: “você sente que a temperatura desse lugar está mais quente?” – já irá influenciar sua reposta. A maioria irá responder com um “sim”. Cada pessoa testada tenta, na verdade, criar uma empatia com o tema e reagir do modo como dela se espera – todos querem causar uma impressão “normal”. Em função de os cegos não poderem ver o gestual e a mímica do condutor da pesquisa como informação adicional, eles estão especialmente treinados a inferir nuances do que se deseja deles com base no que se lhes diz, e reagem com muito mais facilidade a favor do pesquisador – mesmo quando esse, de modo algum, tem a intenção de manipular seus pesquisados. Cientificamente chamamos a tais

resultados de pesquisas de “artefatos”. São fatos artificiais, sem valor científico, pois se baseiam em erros que o teste apresentava.

E, no entanto, a crença popular nas ações mágicas das cores permanece inquebrantável. Quem se atrever a duvidar da ação das cores com argumentação científica não terá nenhuma chance com aqueles que acreditam nelas. Mais uma vez se constata que aquele que crê em milagres prefere duvidar de toda ciência a abrir mão de sua crença.

Outros efeitos espetaculares do vermelho como cor de um ambiente continuarão a ser descritos: ambientes vermelhos fazem com que as pessoas se tornem agressivas. Quando Antonioni dirigiu seu filme *O Deserto Vermelho* – um filme com um colorido totalmente artificial, fora do habitual – a cantina em que os atores se alimentavam também foi pintada de vermelho, o que teria levado todo o *set* de filmagem a uma disposição mais agressiva. Somente quando a cantina foi pintada de verde foi que a paz teria voltado a reinar. Tais relatos parecem plausíveis, afinal de contas, o vermelho é a cor da agressividade. Porém, se pensarmos melhor a respeito, perceberemos que as pessoas frequentemente se encontram em ambientes vermelhos sem se tornarem agressivas. Os teatros de ópera, tradicionalmente, são decorados em vermelho, com poltronas e paredes atapetadas de vermelho. Há também os salões vermelhos dos palácios barrocos, que também criam um ambiente muito agradável. Nos bares, são comuns as salas de estar vermelhas, muito mais aconchegantes que as azuis. Também em meio às decorações de tijolos aparentes não parece haver um aumento da agressividade. As galerias de arte, como a velha Pinacoteca de Munique, têm seus espaços atapetados de vermelho escuro...

No entanto, é perfeitamente concebível que uma cantina pintada de vermelho propicie a raiva. Numa cantina vermelha a comida ficará extraordinariamente iluminada, uma carne vermelha parecerá menos vermelha, dará a impressão de estragada, e os legumes parecerão artificialmente coloridos. Nunca a percepção das cores fica tão aguçada como quando se trata de alimentos. Quando alguém perde o apetite, a raiva aparece.

Ou imaginemos chegar a uma repartição pública, no departamento financeiro, e dar com um escritório totalmente vermelho – escrivaninha vermelha, tapete vermelho, paredes vermelhas em todo o derredor – naturalmente haveria um aumento de adrenalina, a pessoa se perguntaria, um tanto chocada, “o que significa isso?”. O inesperado e o estranho atuam sempre de maneira constrangedora, quando são percebidos como inadequados. As cores suscitam sentimentos negativos, quando seu uso não é feito de acordo com a

funcionalidade.

22. A cura pelas cores

Está determinado pela história que há séculos se tenta uma cura pelas cores – mas será que as tentativas tiveram êxito?

Quando a medicina ainda estava dominada pela magia, vigorava a fórmula: "*similia similibus*" – curar (ou esconjurar) através do semelhante. Doenças vermelhas eram tratadas, se não com sangue, com alguma outra substância vermelha. Por exemplo, o vinho tinto – substância vermelha que era aceita sempre com prazer, e sempre surtia algum efeito. Contra erupções vermelhas, fazia-se compressa com pétalas de rosas vermelhas. Os doentes de escarlatina eram vestidos de vermelho. Colares de corais vermelhos eram usados contra a epilepsia, as inflamações e a febre. O coral supostamente empalidecia quando quem o usava estava doente, e voltava à sua cor normal quando a pessoa se restabelecia – quando usados por doentes que têm febre, certamente que os corais pareciam menos "corados", pois a pele desses doentes ficava avermelhada.

Um rubi colocado na boca funcionava nos casos de taquicardia – desconfiamos que essa terapia pudesse até ajudar, pelo menos em caso de desconfortos passageiros. Para esclarecer esse efeito, não é preciso acreditar nas radiações desconhecidas da pedra preciosa: quem põe um rubi dentro da boca não consegue mais fazer estardalhaço, precisa acalmar-se, calar a boca, quando mais não seja por temor de engolir uma pedra tão valiosa.

Durante séculos esteve em voga o feitiço com fios de lã e fitas vermelhas. Amarravam-se fios vermelhos no braço ou na perna dos doentes, pois se acreditava que sua cor afastava a doença. Os fios vermelhos se usavam até para proteger as videiras dos insetos.

Não se discutem aqui os métodos, e sim as propriedades curativas dos meios utilizados. Isso vale também para todas as variantes modernas da cromoterapia. Hoje em dia, supõe-se que a irradiação de luz colorida, a untura com óleos coloridos ou a contemplação de pedras preciosas coloridas possuam propriedades curativas; mais sobre esse tema → Violeta 10. Os cromoterapeutas remetem-se sempre a tradições muito antigas – porém essa tradição não comprova a eficácia de seus tratamentos.

Ainda hoje, a crendice popular está firmemente ancorada na convicção de

que, nas clínicas para doentes mentais, existiriam quartos pintados com cores especiais, que pacientes agitados pudessem ser conduzidos para quartos azuis para ali se acalmarem, que pacientes deprimidos seriam levados para quartos vermelhos para se animarem – as conhecidas propriedades das cores deveriam compensar o déficit do paciente. A realidade é que em nenhuma clínica universitária existem esses aposentos para terapia cromática. Como é natural, hoje em dia as paredes dos quartos dos doentes são pintadas de diversas cores; mas não existem esses quartos para cromoterapia. Apesar disso, os que acreditam na cura pelas cores ou irão negar essa realidade, ou irão se queixar contra o fato de que a medicina dominante ignora os métodos de cura exercidos na Antiguidade. A medicina dominante se orienta por resultados que possam ser comprovados, não por crendices.

O consolo para todos os que acreditam: está psicologicamente comprovado que a crença na eficácia de uma terapia frequentemente é fator mais decisivo do que a própria terapia. Isso acontece principalmente nas enfermidades e transtornos cuja duração é questão de tempo, como a gripe, as alterações menstruais ou a depressão causada pelo mau tempo, e também a acne e as indisposições próprias à gravidez. Existem muitas doenças e indisposições para as quais é possível uma cura espontânea. Impotência ou doenças da pele, cuja origem frequentemente é incerta, podem subitamente desaparecer; ataques frequentes de dor de cabeça, com muitas causas possíveis, podem desaparecer como por encanto; alguém que não consegue dormir subitamente volta a dormir perfeitamente bem – por que, ninguém sabe.

Quando um restabelecimento é questão de tempo, ou quando a cura espontânea é uma possibilidade, nesses casos uma cromoterapia pode auxiliar. E como é que isso acontece?

Os cromoterapeutas dizem: empregando-se a cor certa, aplicada corretamente, pelo meio apropriado, no qual a aura cromática possa se desdobrar *etc.*

Os cientistas dizem: o único fator decisivo é a crença no poder de cura das cores. A cor que será usada para cada tipo de indisposição é totalmente indiferente. Pois, cientificamente, não é comprovável qualquer efeito curativo pela aplicação de nenhuma cor. É indiscutível que as cores agem sobre os sentimentos e sobre a razão; mas seus efeitos não devem ser confundidos com meios de cura para os ossos ou o fígado, os pulmões ou a dor de dente.

A ação psicológica: quem acredita no poder de cura das cores pode talvez alcançar uma melhora mais rápida nas doenças cuja cura depende do tempo.

Nas indisposições que se curarão espontaneamente – na maioria delas são indisposições sem causas orgânicas – uma melhora espontânea pode acontecer. Para os que creem na cura pelas cores, toda cor terá o mesmo efeito – pressupondo-se que a moléstia seja curável com o passar do tempo, e curável pelo desejo de sarar. As terapias cromáticas não têm efeitos colaterais – contudo têm o alto risco de serem absolutamente inócuas.

Quanto mais mágicos os supostos resultados de uma cromoterapia, mais provável sua ineficácia. Quando um cromoterapeuta miraculoso coloca um crente diante de um espelho, irradia-o durante alguns minutos com luz vermelha, essa pessoa, crédula, quando a luz é desligada, ao se observar ao espelho, enxerga em redor de todo seu corpo uma luminosidade verde – isso não é, contudo, nenhum tipo de aura misteriosa ou espíritos que estão deixando o corpo, e que só agora se tornaram visíveis; o efeito advém somente pelo modo através do qual o olho humano enxerga as cores. No olho, nos cones da retina, a visão do verde e do vermelho estão interligadas: se o olho se concentrar muito tempo no vermelho, ele reage com uma imagem-fantasma verde, quando o estímulo vermelho desaparece. Qualquer um pode comprovar isso de imediato, quando o Sol estiver brilhando: mire o Sol com os olhos fechados durante um minuto; você irá ver uma cor vermelha intensa entre as pálpebras; afaste então seus olhos do Sol: um verde amarelado irá aparecer diante dos olhos fechados. Poderá também contemplar qualquer campo de cor vermelha, e depois um campo de cor branca: aparecerá uma imagem-fantasma verde. Da mesma maneira, depois de um banho gelado a pele ficará por um breve espaço de tempo bem mais quente. Trata-se de uma reação normal do corpo, e não de milagre. Quem acreditar em milagres será tapeado.

A credulidade cega em milagres, que ignora toda realidade, está muito difundida inclusive entre os estudantes – constatar essa realidade é sempre uma experiência assustadora para os cientistas. Resta como consolo, pelo menos, que a humanidade não é tão fácil de ser manipulada como os crédulos desejariam supor.

Gostaria de compartilhar uma dica que já divertiu alguns conhecidos meus: uma pedra preciosa bem cara, de nossa cor pessoal predileta, poderá efetivamente ajudar esplendidamente para que percamos peso – com a condição de que a adquiramos com dinheiro economizado previamente, graças a um generoso corte em nosso orçamento de gastos com itens alimentícios.

Seria irresponsável, em termos científicos, discutir a alegada ação de cores especiais sobre indisposições específicas. Da mesma forma, não há como se

discutir cientificamente que tipo de oração fazer, ou a que santo protetor recorrer nessa ou naquela circunstância especial. Para a ciência médica, a moral da história é: só existe cura pelas cores quando existe fé.

Outra coisa totalmente diferente é a arteterapia, que pode incluir a pintura, ou as terapias criativas. Os clientes são estimulados a pintar, com suas cores favoritas ou com as cores que eles mais detestam, típicas situações da vida. Em virtude de cada cor estar associada a sentimentos, frequentemente se tornam evidentes, na escolha das cores, sentimentos sobre os quais, anteriormente, ainda nada tinha sido dito. Essas terapias fazem sentido, quando ajudam a repensar problemas e a poder conversar com os outros sobre eles.

Contudo, também existem riscos: um mau terapeuta poderá criar para o paciente mais problemas do que ele tinha antes; e os clientes poderão desenvolver, em longo prazo, dependência psíquica em relação ao tratamento. Um critério importante para a qualificação de um terapeuta é que ele tenha concluído seus estudos em Psicologia ou matérias limítrofes, como Sociologia, Teologia, Filosofia ou Medicina, em faculdade ou universidade estatal. Pois todo terapeuta é tão bom quanto sua formação.

Arteterapias também fazem sentido como terapias coadjuvantes, de suporte psicológico, em doentes de câncer e de outras doenças crônicas. Na terapia pela pintura, os pacientes são incentivados a representar com imagens sua luta contra a doença, e o sucesso do tratamento. O sucesso da terapia se baseia em que os sentimentos de angústia e impotência, por se saber vítima desse tipo de doença, são substituídos pela possibilidade de se fazer algo contra esses sentimentos derrotistas, ao se representarem as forças defensivas de forma tão concreta que podem ser pintadas. Frente à desesperança passiva, vão surgindo representações positivas de um processo de cura, imagens que geram esperança.

O simples processo de pintar alguma coisa é, para muitas pessoas que nunca haviam pintado nada desde a idade escolar, uma experiência muito satisfatória. Mais importante do que todo talento que se possa ter ao pintar, nesses casos, é o tempo que se leva fazendo isso – pois tempo é justamente o fator de que se necessita, para se conseguir superar esse tipo de doença.

Até mesmo os médicos, que são muito críticos com respeito às terapias alternativas, constatam o sucesso da arteterapia como coadjuvante psicológica do tratamento. A condição geral dos doentes melhora sensivelmente. Em alguns casos especiais, até mesmo o crescimento dos tumores pode ser contido com esse recurso.

Decisivo para a escolha do terapeuta adequado é que a pintura não seja vista

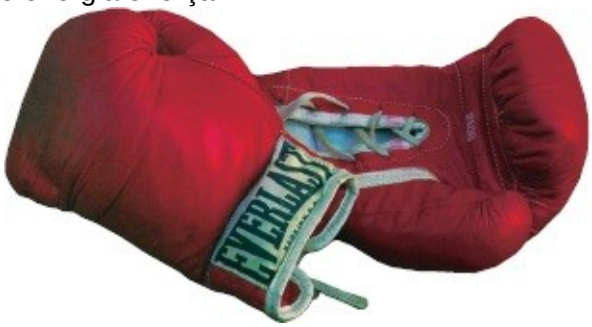
por ele como uma mera ocupação para distrair o doente de sua enfermidade (pô-lo a entreter-se com cores enquanto ouve música, para que não pense em sua doença), como acontece tão frequentemente com alguns pseudopsicólogos – animadores nas horas livres – pois as distrações não têm ação duradoura. A pintura terapêutica e a pintura em geral, no sentido clássico, servem para a concentração: quem pinta precisa ordenar seus pensamentos com a pintura, precisa distinguir o essencial do contingente. Um bom terapeuta necessita ainda ter mais paciência e perseverança do que o paciente; todas as promessas de efeitos milagrosos pelo uso das cores são irrealistas.

Concluindo: muitos acham difícil exprimir seus sentimentos por palavras ou pela música, mas a maioria das pessoas pode exprimir seus sentimentos e torná-los visíveis através das cores e de seu simbolismo. Ainda quando a pintura não puder derrotar as doenças, pode, no entanto, diminuir a angústia que elas geram nas pessoas: quem se sente melhor fica fortalecido diante de qualquer doença.

23. Que cores pertencem a quais signos zodiacais?

A astrologia enfrenta o problema de constantemente ir incorporando novos planetas, conforme eles vão sendo descobertos. A ordenação das cores aos signos varia de astrólogo para astrólogo. A tabela se baseou nas atribuições mais frequentes.

14 Cores simbólicas de energia e força.



15 As luvas de box são tradicionalmente vermelhas.

16 Utilização equivocada de vermelho na propaganda: as letras vermelhas são difíceis de ler e desaparecem da visão. Aqui a mensagem pretendida pela propaganda ganha um efeito contrário, pelo erro na composição de cores.

17 Os bebês usavam mantas e toucas vermelhas, para proteção contra o mau-olhado.

18 As cores hierárquicas cristãs: Deus-Pai, Jesus e Maria representados juntos, Deus-Pai fazendo uso da cor mais valiosa, o vermelho-púrpura violeta,Jesus trajando vermelho luminoso e Maria trajando azul. O Espírito Santo aparece como pomba branca, sua cor simbólica é, entretanto, o verde que está no fundo.

19 A vestimenta vermelha, durante séculos, era privilégio dos nobres. Ainda em 1700, somente os nobre tinham permissão para usar calçados com saltos vermelhos. Os sapatos de Luís XIV.

20 Composição criativa de cores: desse modo um cravo pode simbolizar a França.

21 As coisas conhecidas só conseguem chamar a atenção pelo uso de cores desconhecidas.

22 Simbologia de cores egípcia: a pele dos homens é vermelha, a das mulheres, amarelada

→ Fig. 33

AMARELO

A cor mais contraditória.

Otimismo e ciúme.
A cor da recreação, do entendimento e da traição.

O amarelo do ouro e o amarelo do enxofre.

Quantos tons de amarelo você conhece? 115 tons de amarelo 1. A mais ambígua das cores

2. A cor da recreação, da jovialidade e do otimismo
3. A luz e a iluminação – a cor da inteligência
4. O amarelo bom do ouro. Loiras e homens bonitos
5. A cor da maturidade e do amor sensual
6. A cor da inveja, do ciúme e de todo tipo de hipocrisia
7. O sabor dos ácidos
8. O efeito ideal na impressão a cores
9. O amarelo berrante, chamativo, como cor de advertência
10. Cores e formas. O amarelo é pontudo, concordam os estudiosos
11. Açafrão: a rainha das plantas
12. Manchas amarelas para prostitutas, mães solteiras e judeus
13. O amarelo na política: a cor do traidor
14. O amarelo masculino e imperial da China
15. O amarelo envelhecido
16. O amarelo dos artistas
17. O amarelo criativo

Quantos tons de amarelo você conhece? 115 tons de amarelo

Quanto tem de amarelo no amarelo canário? E num girassol?

Van Gogh pintou girassóis, em sua maioria, com amarelo cromo, pois só muito raramente ele conseguia obter o amarelo cádmio.

Amarelo abricó Amarelo absinto Amarelo açafrão Amarelo alerta Amarelo âmbar Amarelo ananás Amarelo anis Amarelo areia Amarelo avermelhado Amarelo bambu Amarelo banana Amarelo barita Amarelo batata Amarelo baunilha Amarelo bege

Amarelo berrante (*knallgelb*) Amarelo bola de tênis Amarelo brilhante Amarelo bronze Amarelo cádmio Amarelo cal Amarelo camurça Amarelo canário Amarelo canola Amarelo caril (*curry*) Amarelo cera Amarelo cerveja Amarelo chá Amarelo champanhe Amarelo *chartreuse*

Amarelo chinês Amarelo cinza Amarelo cítrico Amarelo comercial Amarelo Correio Amarelo creme Amarelo cromo Amarelo desmaiado Amarelo escuro Amarelo ferrugem Amarelo fibra liberiana Amarelo folhagem Amarelo fumaça Amarelo garcínia (*gummigutta*) Amarelo gema Amarelo gengibre Amarelo girafa Amarelo girassol Amarelo Goya Amarelo hansa Amarelo indiano Amarelo jalne Amarelo laranja Amarelo limão Amarelo loiro Amarelo luminoso Amarelo macarrão Amarelo malmequer Amarelo manteiga Amarelo margarina Amarelo marmelo Amarelo massa Amarelo mel Amarelo melão Amarelo milho Amarelo mimosa Amarelo mostarda Amarelo nanquim Amarelo Nápoles Amarelo neon Amarelo nicotina Amarelo níquel-titânio Amarelo ocre Amarelo oliva Amarelo ovo Amarelo óxido de ferro Amarelo palha Amarelo pálido Amarelo pastel Amarelo pera Amarelo permanente Amarelo pintainho Amarelo Pompeia Amarelo primário Amarelo primário (*Urgelb*) Amarelo prímula Amarelo real (*fast yellow*) Amarelo Saara Amarelo semáforo Amarelo sol Amarelo suave Amarelo sujo Amarelo tigre Amarelo toranja Amarelo trigo Amarelo urina Amarelo vassoura Amarelo velho Amarelo Verona Amarelo zinco Amarelo-claro Amarelo-enxofre Amarelo-esverdeado Amarelo-ouro Areia (*flachgelb*) Hélio Linho cru (*ecru*) Loiro hidrogênio Loiro luzes Loiro ouro Loiro palha Ocre Ocre ouro Topázio *Yellow*

1. A mais ambígua das cores

O amarelo é a cor predileta de 6% dos homens e das mulheres. As pessoas mais velhas apreciam mais o amarelo do que os jovens – todas as cores luminosas vão sendo mais apreciadas com a idade.

Dentre os que detestam o amarelo, temos 7% dos homens e das mulheres; para eles, o amarelo é a cor menos apreciada.

Junto ao vermelho e ao azul, o amarelo é uma das três cores primárias, que não pode ser obtida pela mistura de outras cores. A cor amarela é a mais clara dentre todas as cores.

Ao amarelo pertencem a vivência e o simbolismo do sol, da luz e do ouro. Por que então ela não é mais apreciada?

Pertence também à vivência e ao simbolismo do amarelo o fato de que nenhuma outra cor é tão instável quanto ela – uma pitada de vermelho transforma o amarelo em laranja, uma pitada de azul e ela se torna verde, um tantinho de preto e obtemos uma cor suja e opaca. Mais do que todas as outras cores, ela depende das cores combinadas a ela. Perto do branco, o amarelo parece radiosamente claro, perto do preto inconvenientemente berrante.

O amarelo é a cor do otimismo – mas também da irritação, da hipocrisia e da inveja. Ele é a cor da iluminação, do entendimento; mas é também a cor dos desprezados e dos traidores. É assim, extremamente ambígua, a cor amarela.

Além disso, existe também uma cor amarela totalmente diferente: o amarelo asiático.

2. A cor da recreação, da jovialidade e do otimismo

O lúdico: amarelo 30% · laranja 28% · vermelho 16%

A recreação: amarelo 18% · laranja 18% · vermelho 15% · azul 12% · verde 11%

A jovialidade: amarelo 20% · azul 18% · rosa 13% · verde 12% · laranja 12%

O otimismo: amarelo 27% · verde 21% · azul 15% · laranja 9%

A experiência mais elementar que temos do amarelo é o sol. Esta experiência é compartilhada por todos como efeito simbólico: como cor do sol, o amarelo age de modo alegre e revigorante. Os otimistas têm uma disposição ensolarada, o amarelo é sua cor. O amarelo irradia, ri, é a principal cor da disposição amistosa. Os *bottons* com sorrisos são naturalmente amarelos → Fig. 26. O amarelo é lúdico. O amarelo irradia como um sorriso.

O ré maior é o "tom radiante". O compositor Alexander Skrjabin estava convencido de que cada tom tinha uma correspondência cromática; o ré maior era o seu amarelo.

Muitos compositores fizeram a sua ordenação de tons cromáticos. As mais frequentes:

Ré maior	Amarelo
Sol maior	Vermelho
Si maior	Azul
Fá maior	Verde
Dó maior	Branco
Dó menor	Preto

Para que o amarelo atue tão alegremente, ele precisa sempre da companhia do vermelho e do laranja. Amarelo-laranja-vermelho é o tríplice acorde típico do prazer e de tudo que o cerca: ele é o acorde → da alegria de viver, → da atividade, → da energia → da animação clamorosa.

"Todos sabem que o amarelo, o laranja e o vermelho transmitem e representam ideias de contentamento e de riqueza", escreveu o pintor Eugène Delacroix.

3. A luz e a iluminação – a cor da inteligência

A luz do Sol é percebida como amarela, embora seja, em verdade, incolor. Vincent van Gogh escreveu sobre a luz no Sul da França: “Existe aqui, em volta de tudo, uma tonalidade de enxofre, o sol me sobe à cabeça. Uma luz que, na falta de melhor modo de descrever, só posso chamar de amarela, uma luz pálida como enxofre, amarelo limão desmaiada. Ah! Como é lindo o amarelo!” Van Gogh pintou também sua casa em Arles de amarelo sol, e a pintou várias vezes; todos os tons de amarelo o inspiravam.

Como cor da luz, o amarelo se relaciona ao branco. “Luz” e “leve” são propriedades que contêm o mesmo caráter. O amarelo é a mais clara e a mais leve das cores cromáticas. Seu efeito é leve, pois parece vir de cima. Um quarto com o teto amarelo tem um efeito agradável, como se estivesse inundado por luz solar. Também a luz de uma lâmpada parece amarela; quanto mais amarela, mais natural e bonita.

Através do rosa, a leveza do amarelo aumenta. O amarelo, combinado ao rosa e ao branco, pertence aos acordes → da leveza, → da pequenez, → da delicadeza. O amarelo tira o seu calor do Sol, apesar de que um efeito realmente caloroso só é obtido quando combinado ao laranja e ao vermelho. Vermelho-laranja-amarelo é o acorde → do calor, → da energia.

A cor da luz, em sentido extensivo, torna-se a cor da iluminação. Em muitas línguas, e também no alemão, “claro” e “sagaz” podem significar a mesma coisa. No Islã, o amarelo-ouro é a cor simbólica da sabedoria. No simbolismo europeu antigo, o amarelo também é a cor da inteligência: o azul é a cor do espiritual, pertence aos poderes extraterrestres; o vermelho é a cor das paixões, pertence ao coração; o amarelo é a cor da inteligência, pertence à cabeça.

Deus é simbolicamente representado como um triângulo amarelo, frequentemente um olho dentro de um triângulo amarelo – é o símbolo da onisciência e da onividência → Fig. 28.

Quando os professores universitários ainda usavam aventais, existiam cores diferenciadas para cada faculdade. Nas ocasiões festivas, os professores usavam aventais e boinas nas cores de sua faculdade. Como em muitas outras faculdades, em Frankfurt existia a seguinte classificação para os professores:

Os de Medicina usavam vermelho claro – cor do sangue.

Os de Direito, vermelho escuro – cor do sangue culposo.

Os de Filosofia, azul – cor do espírito.

Os teólogos, violeta – cor da Igreja.

Os de Economia e Ciências Sociais usavam verde – cor do crescimento e da prosperidade.

Os de Ciências Naturais vestiam amarelo – cor do discernimento e da pesquisa.

4. O amarelo bom do ouro. Loiras e homens bonitos

“Amarelo” (*Gelb*), “Ouro” (*Gold*) e “Brilho” (*Glanz*), em alemão, são termos aparentados. O amarelo vira ouro, quando se pensa no que é belo, valioso. *Mutatis mutandis:* o que é belo e vale muito não será contabilizado como amarelo. Por isso, nos contos e nas fábulas, nunca se faz referência ao “sol amarelo” e sim ao “sol dourado”.

Também os cabelos loiros, no lirismo, se tornam dourados. E porque em geral, em nossa simbologia, o amarelo é tão negativo, foi inventado um termo para o cabelo amarelo quando ele é especialmente bonito: loiro. Houve um tempo em que essa expressão era usada também para os homens de cabelo amarelo, “*der Blondin*”, o loiro. Era ofensivo chamar uma loira de “mulher de cabelo amarelo”. “*Goldie*”, na América, é um apreciado apelido para as loiras. Na Inglaterra, existe até mesmo uma palavra que tanto quer dizer “bonita” quanto “loira”: *fair.*

Os “prenomes amarelos” derivam sempre do cabelo loiro. “*Der Blonde*” é o significado de “Flávio”. Como o nome feminino “Flávia”, em italiano “Bionda”, em francês “Ambre”. O nome inglês “Ginger” foi tirado do condimento gengibre.

Os antigos gregos representavam seus deuses como loiros. Até os mortais, na Antiguidade, desejavam ser loiros. Eles untavam seus cabelos com um unguento descolorante, fabricado em Atenas, e se punham ao sol por horas até que o cabelo aloirasse.

Hélio, Apolo, Sol: os deuses solares eram coroados com a cor amarela. É o amarelo que é ouro sem ser metal – ouro imaterial, extraterreno. Onde desabrochassem flores amarelas, dizia a lenda, ali um deus estava enterrado.

Também na astrologia o amarelo pertence ao Sol, vai de julho a agosto, os meses mais ensolarados do ano.* É o signo de Leão, animal que também é amarelo e que, como o Sol, domina o céu; e é tido como rei de todos os animais → Ouro 8.

* No Hemisfério Norte. (N.T.)

5. A cor da maturidade e do amor sensual

O verão: amarelo 38% · verde 28% · laranja 9% · vermelho 9%

O amarelo pertence ao verão assim como o verde à primavera. O verde é o crescimento, o amarelo é a floração. O amarelo é a cor mais comum nas flores. Nos livros de catalogação das plantas, que estão subdivididos pelas cores, o amarelo é sempre o capítulo mais extenso. É na primavera que isso fica mais patente, pois a maioria das flores que desabrocha é amarela: acácias, mimosas, forsítias, flores de açafrão, primaveras, narcisos, prímulas.

E os perfumes são em sua maioria amarelos; ainda que sua cor seja artificial, fazem lembrar as flores e seus aromas.

O amarelo é a cor da maturidade, idade idealizada como dourada: espigas douradas, frutos dourados, folhas douradas, outono dourado. Se juntarmos maçãs ou peras verdes com outras, amarelas, e convidarmos alguém a pegar as mais maduras, as que estarão mais doces, todos irão escolher as amarelas.

Os trovadores, que apreciavam comparar as mudanças nos sentimentos com os ciclos da natureza, converteram a cor da maturidade na cor do amor sensual. O amarelo simboliza a sensualidade, expressando de forma poética “a recompensa do amor”. Um antigo costume de Páscoa: quando uma moça dava a algum admirador ovos de Páscoa pintados de amarelo, era um sinal de aceitação.

O deus grego Hélios quis se libertar de sua amada Clítia, pois ficava aborrecido que ela o adorasse tanto. Hélios converteu Clítia num girassol. Por isso os girassóis fitam continuamente o Sol. E é também por isso que o girassol simboliza a paixão cega.

O amarelo luminoso é também a cor da vestimenta de Dioniso, deus do vinho e da fertilidade, em cuja honra se celebravam na Antiguidade as orgias, com muito vinho e muito sexo.

Sobre o “tipo verão” e sua vestimenta mais adequada → Rosa 12.

6. A cor da inveja, do ciúme e de todo tipo de hipocrisia

A inveja: amarelo 38% · verde 22% · cinza 10% · preto 8%

O ciúme: amarelo 35% · verde 17% · preto 15% · violeta 8%

A avareza: amarelo 26% · cinza 21% · preto 13% · marrom 12% · verde 10%

O egoísmo: preto 20% · **amarelo 16%** · vermelho 14% · violeta 12% · ouro 9%

Para o amarelo, são predominantes as associações negativas. O amarelo ruim não é o amarelo solar nem o amarelo áureo – é o amarelo pálido esverdeado, o amarelo fétido do enxofre.

O amarelo é a cor de tudo que nos causa raiva. A inveja é amarela – a inveja é a raiva pela posse alheia. Amarelo é o ciúme – raiva pela existência de outros. Também a cobiça é amarela. De acordo com a doutrina cristã, a inveja e a cobiça são dois dos sete pecados capitais. Todos os pecados capitais são facetas do egoísmo.

Todo pecado mortal penaliza o próprio pecador, é sobre ele que recaem os piores sofrimentos por seu pecado. A inveja e os ciúmes são fontes de aborrecimentos eternos; também os avarentos se enraivecem continuamente, pois acreditam que todos querem enganá-lo.

Em sentido figurado, "icterícia" é uma expressão de avareza, de cobiça.* Segundo uma antiga crença, o domicílio da raiva é a vesícula. A palavra alemã "*Galle*" (vesícula) tem o mesmo radical de "*Gelb*", amarelo. Por a cor da bile ser de um amarelo-esverdeado, as pessoas também ficam "verdes de inveja" → Verde 14.

Quem está muito sujeito à raiva produz excesso de bile. Quando a raiva é excessiva, os dutos biliares se retesam, a bile não poderá ser removida através dos intestinos; vai então diretamente para o sangue, a pele fica amarela. Os feiticeiros tentavam, antigamente, curar as "doenças amarelas" com remédios amarelos – nabos amarelos, flores amarelas, urina – havia também recomendação para que se comessem aranhas amarelas fritas na manteiga. O simbolismo da raiva amarela é internacional como a *"Gelbsucht"*, a cobiça ("*Gelbsucht*", ao pé da letra, "a busca pelo amarelo"). Tanto em francês quanto

em inglês, o amarelo tem estreita relação com o ciúme: o amarelo em francês é "*jaune*", sendo que "*jalousie*" é ciúme; igualmente o inglês "*jealousy*". Na França, a pessoa não fica, como na Alemanha, preta de raiva; lá, a raiva deles é amarela (*jaunir*).

No simbolismo das cores, a todo pecado, a toda característica negativa corresponde o preto. O amarelo puro, cor da iluminação, quando combinado com o preto, torna-se a cor simbólica do impuro. O amarelo da inteligência se turva, transformando-se na cor da falta de discernimento.

Hugo van der Goes pintou a serpente que seduziu Adão e Eva como um réptil amarelo-esverdeado, com cabeça humana → Fig. 30. Além disso, os insetos, os menos apreciados dentre todos os seres vivos, não têm o sangue vermelho, e sim amarelo.

Ao lado do cinza, o amarelo se torna o símbolo → da insegurança. O efeito do cinza é incerto, pois ele não é branco nem preto; o amarelo é incerto porque se deixa influenciar com muita facilidade pelas outras cores. O mínimo acréscimo de outra cor já aniquila o amarelo, ele se transforma irreversivelmente em marrom, em laranja, em verde.

No idioma inglês, "*yellow*" significa também "covarde". Uma risada vacilante, os franceses a chamam de "um riso amarelo". Na França e na Rússia, "uma casa amarela" significa ("*maison jaune*"/"*zeltyi dom*") um manicômio.

Johannes Itten escreve sobre esse efeito do amarelo: "Como só existe uma verdade, da mesma forma existe um só amarelo. Uma verdade turva é uma verdade adoecida, é uma inverdade. É essa a impressão que o amarelo turvo passa, de inveja, traição, falsidade, dúvida, desconfiança e insanidade."

Goethe também chamou o amarelo pálido de "cor dos cornos" – um "corno", como sabemos, é um marido traído.

* Jogo de palavras em alemão: “*Gelbsucht*” → icterícia; “*Geldgier*” → cobiça, avidez por dinheiro. (N.T.)

7. O sabor dos ácidos

A acidez: amarelo 43% · verde 40%

Azedo, refrescante e amargo – a essas sensações do paladar pertence o amarelo: somos remetidos ao limão, a mais ácida das frutas.

Faz sentido com a imagem negativa do amarelo o fato de ele ser a segunda cor, depois do verde → do venenoso. E é coerente também com o ditado “cuspiu veneno e bile”. Sempre que pensamos no amarelo ácido, temos a imagem de um amarelo-esverdeado.

Em compensação, a gema do ovo é vista sempre como da cor do ouro, talvez até mesmo um pouquinho dourada. A gema agrada mais que a clara e é mais nutritiva. Em razão disso, costuma-se dizer na Alemanha, quando uma coisa é até “passável”, mas longe de ser ideal: “Não é o amarelo do ovo”.

8. O efeito ideal na impressão a cores

A impressão em preto sobre fundo amarelo propicia o melhor efeito para visão à distância. Por isso, as placas de trânsito, que não podem em hipótese alguma ser ignoradas, são em texto preto ou consistem de símbolos pretos sobre um fundo amarelo → Fig. 51.

As regras para visualização ideal de sinais de trânsito à distância:

1. O fundo da placa precisa fazer o maior contraste possível com os arredores. No meio de um deserto, o verde seria mais eficiente como cor de sinalização do que o amarelo.

2. As cores das placas de sinalização precisam fazer maior contraste possível entre si. Como o amarelo é mais claro que o vermelho, adequa-se melhor como cor de fundo. Sobre um fundo claro, o preto é a cor que mais se destaca. Num fundo escuro a cor ideal é o branco.

3. As cores mais claras devem ser usadas como cor de fundo. As cores mais escuras para nelas se escrever. Se fosse ao contrário, teria um efeito reluzente e a escrita ficaria pouco legível.

4. As cores cromáticas – todas as cores, com exceção do branco, do preto e do cinza formado apenas com essas duas cores – devem ser combinadas com branco ou com preto, pois as cores cromáticas causam interferência umas às outras – e a impressão geral seria difusa. Especialmente insatisfatórias são as combinações de cores que têm a mesma intensidade, como vermelho e verde; ou um efeito ainda pior com cores mais claras, como azul e verde.

As regras para um efeito ideal à distância nem sempre valem como efeito ideal. Ação para longe e para perto requer aplicação de diferentes cores, pois informações diferenciadas serão transmitidas. Informações que já devam ser lidas à distância devem ser curtas e consistir de símbolos conhecidos.

O que é visto de perto, em geral, são as informações mais longas, novas. Quando um texto requer sua atenção, todas as cores cromáticas atrapalham, porque elas causam irritação, e vistas de perto todas as cores ficam mais fortes. O que convém para a distância, quando visto de perto, torna-se exaustivo.

Em virtude de o amarelo exercer o melhor efeito à distância, no *Tour de France,* o melhor ciclista de cada corrida se veste de amarelo, para que já se

possa vê-lo à distância.

Em Wimbledon foram introduzidas as bolas de tênis daquele tom amarelo berrante, para que, nas transmissões televisivas, possam ser vistas melhor do que as antigas bolas brancas.

Nesse contexto se inscreve também o costume norte-americano de colocar um “laço amarelo” (o *yellow ribbon*) numa árvore, numa cerca do jardim ou na antena do automóvel, quando se tem algum parente ou amigo participando de alguma guerra ou outro empreendimento arriscado. A fita amarela destina-se a sinalizar a longa distância que a pessoa se sente ligada a esse amigo, e que lhe enseja um bom retorno ao lar.

9. O amarelo chamativo, berrante, como cor de advertência

A espontaneidade / a impulsividade: amarelo 24% · azul 17% ·laranja 15% · verde 14%

A intrusão / o penetrante: laranja 18% · **amarelo 16%** · violeta 16% · vermelho 13% · rosa 12%

A ostentação: ouro 28% · **amarelo 16%** · laranja 16% · violeta 12%

O amarelo chega como um raio. Por isso o amarelo é a cor da espontaneidade, da impulsividade.

O amarelo é mais penetrante que o vermelho. Ao lado do dourado, simboliza o brilho falso, impertinente, da ostentação.

Por seu efeito ideal de visibilidade à distância e seu caráter penetrante quando visto de perto, o amarelo foi eleito a cor internacional das advertências. Preto sobre amarelo são os sinais de advertência para materiais venenosos, explosivos e radioativos → Fig. 31. Listras amarelas e pretas são marcas fronteiriças, que advertem os motoristas para passagens rebaixadas ou estreitas, e advertem os operários para cantos ou ângulos perigosos em máquinas.

No futebol fazem-se as advertências com “cartão amarelo”; esse é um termo que já entrou para o vocabulário de uso comum da língua, quando alguém “sinaliza alguém com o cartão amarelo”, ela o está ameaçando com feias consequências. Se uma bandeira amarela for erguida num navio, sinaliza a eclosão de uma epidemia, ninguém deve deixar o navio e ninguém deve ser admitido a bordo. Na linguagem das bandeiras, a amarela significa a letra “Q”, de quarentena. Se fosse hasteada uma bandeira amarela numa aldeia da Idade Média, significava que ali havia eclodido a peste.

A palavra alemã “*gelb*” (amarelo) é aparentada a “*gellen*” (estridente), uma antiga expressão para gritaria (*kreischen*). Da mesma forma, o termo inglês “*yellow*” é parente de “yell”, gritar. No famoso quadro de Edvard Munchs, *O grito*, pode-se constatar esse amarelo gritante.

A “imprensa amarela” é uma descrição internacional para os tabloides, a imprensa do escândalo. Na Alemanha há a denominação jocosa de “*Regenbogenpresse*” (imprensa do arco-íris). O amarelo chama a atenção para o perigoso, o desagradável. Assim, o próprio amarelo se tornou antipático.

Kandinsky diz sobre a ação do amarelo: “O amarelo limão gritante dói ainda nos olhos depois de muito tempo, assim como doem os ouvidos depois de ouvir um trompete estridentemente alto. Ele traz inquietação às pessoas, pica, instiga.” E: “O amarelo tem sabor ácido, transmite uma sensação de coisa aguda e um odor penetrante.”

Muitas pessoas percebem o caráter agudo do amarelo.

10. Cores e formas. O amarelo é pontudo, concordam os estudiosos

O triangular: amarelo 18% · verde 13% · preto 11%
O redondo: vermelho 18% · laranja 16% · **amarelo 15%** · ouro 12%
O angular: preto 20% · cinza 16% · prata 12% · marrom 10% · azul 8%
O oval: violeta 15% · laranja 14% · branco 13% · **amarelo 12%**

Cores estão sempre ligadas a formas. Será que para cada cor existe também uma forma ideal?

Na Bauhaus (1919-1933), a escola de arte e desenho que veio a determinar o estilo do século XX, lá ensinaram Kandinsky, Oskar Schlemmer, Paul Klee e Johanes Itten. Naqueles anos em que nasceu a pintura abstrata, sobretudo a pintura destituída de objetos, discutiu-se muito sobre esse tema: qual é a forma que melhor se adequa a cada cor? Tal questão nunca foi colocada quando as coisas eram pintadas com as cores que a natureza lhes deu – e as coisas que não tinham cores naturais recebiam as cores que a simbologia medieval recomendava.

Nessa simbologia, ao formato circular correspondia a cor básica azul, pois o céu é azul e as pessoas o concebiam como uma cúpula redonda.

Ao formato quadrado pertencia o vermelho, pois o quadrado não é uma forma natural, e sim sempre uma criação humana; o vermelho ativo era a cor simbólica da matéria, da realidade, corporificada no estável quadrado. A terceira cor básica, o amarelo, estava tradicionalmente ligada ao triângulo, Deus era frequentemente representado, simbolicamente, como o olho no triângulo amarelo, o centro da iluminação.

Naturalmente as pessoas na Bauhaus não queriam símbolos religiosos como fundamento da pintura abstrata, e sim uma teoria que fosse estabelecida puramente com base em cores e formas.

Três cores básicas: azul, vermelho, amarelo. Três formas básicas: círculo, quadrado, triângulo. O que pertence a quê? Que o amarelo pertencesse ao triângulo, quanto a isso houve imediata concordância entre todos os professores de arte da Bauhaus. Contudo, quanto ao vermelho e ao azul, qual era o círculo? Qual era o quadrado? O quadrado é vermelho, diziam Kandinsky e Itten; o círculo é vermelho, dizia Schlemmer. Em 1923, foi conduzida uma pesquisa

entre mil estudantes de arte e membros da Bauhaus; as pessoas consultadas deveriam pintar um triângulo, um círculo e um quadrado com uma das três cores básicas e então explicar de que maneira justificavam sua escolha.

Curiosamente o resultado nunca foi conhecido em termos de números, porém parece que correspondeu à velha simbologia. Schlemmer, que não foi convidado a participar dessa pesquisa – o que também é curioso –, escreveu sobre ela: “O resultado, cujo número de concordâncias desconheço, foi: círculo-azul, quadrado-vermelho e triângulo-amarelo. Sobre o triângulo amarelo a concordância é geral. Sobre as outras formas não. De todo modo, inconscientemente eu desenho sempre o círculo vermelho e o quadrado azul.”

O problema dessa enquete: os estudantes conheciam a simbologia tradicional e para eles era mais fácil dar suas justificativas em consonância a ela. Hoje já não há quem saiba que o vermelho é a cor simbólica cristã da matéria; em nossos dias, outro contexto, totalmente diferente, ganhou importância o vermelho como cor do dinamismo, da propaganda. O vermelho é uma cor veloz, é redonda como uma roda. Para os entrevistados deste livro, a atribuição de cores não se limitou às cores básicas; mas os resultados mostraram-se unívocos: hoje em dia, o vermelho está relacionado ao círculo, assim como também o seu aparentado laranja.

Como cor do atributo anguloso as pessoas associaram primeiramente o pesado, imóvel preto, e então o cinza, e das cores básicas associaram-lhe o azul. Para o formato oval como forma mista entre círculo e quadrado o resultado foi, logicamente, a mista cor violeta. Ainda hoje as pessoas percebem o triângulo como tipicamente colorido de amarelo.

Apesar de as formas serem algo de muito concreto, a consignação de cores às formas é muito mais difícil do que a conceitos abstratos. (Nos resultados da pesquisa referente às formas, ficam evidentes as pequenas maiorias de cores mais votadas, em comparação a todos os demais conceitos.) É tão difícil porque é exigido aqui avaliar cor e forma sem qualquer contexto que lhes conceda algum sentido, e isso é impossível. Portanto, cada atribuição de cor é determinada por algum tipo de vivência ou pela simbologia que foi aprendida.

11. Açafrão: a rainha das plantas

A planta mais famosa para se tingir de amarelo é o açafrão. O verdadeiro açafrão, o *Crocus sativus*, é conhecido como uma flor primaveril. O corante dele obtido também se chama açafrão e é um dos corantes mais caros de todos os tempos. Com um quilo de corante de açafrão podem-se tingir dez quilos de lã, e para isso se necessita de cem mil a duzentas mil flores. Como cada bulbo só fornece de uma a duas flores, para um quilo de corante é necessário que sejam plantados campos inteiros. A colheita também é cansativa, só os estames são retirados da planta. Os estames secos são utilizados para tingir.

O amarelo açafrão é um amarelo avermelhado, resistente à luz e à água; o amarelo açafrão dura uma eternidade. Na Europa as pessoas não tinham os meios para poder utilizar o açafrão como tintura, pois ele era extremamente caro. Nas terras da Arábia a planta é tão disseminada, que o açafrão ganhou *status* de cor: em árabe, "*zafaran*" significa "cor".

O açafrão é mais que um corante. Já nos mais antigos livros sobre medicina na Índia, e também sob Salomão, Homero, Hipócrates, o açafrão é citado como planta curativa. Tomado em grandes quantidades é um forte excitante, causa uma febre artificial. A medicina moderna, contudo, é cética com relação a seus efeitos curativos.

No mundo inteiro o açafrão é utilizado como condimento. Ele ainda era cultivado em 1900 na baixa Áustria, no sul do Tirol, na Hungria e na Provence; hoje ele vem quase que exclusivamente da Índia ou da China. Seu sabor delicadamente amargo só é obtido pela combinação com outras especiarias.

"O açafrão deixa a cozinha amarela", assim diz uma canção infantil. Ele tinge também queijos, licores, perfumes e *shampoos*. Um papel muito especial ele desempenha na Índia, onde o arroz é tingido de amarelo por ocasião de datas comemorativas. Existe também uma *boillabaisse* francesa autêntica, que deve ser colorida com açafrão – sem esquecer as maravilhosas *paellas* espanholas e os risotos italianos. Além disso, o açafrão é utilizado na fabricação de vernizes. Seus estames são utilizáveis também, podem ser comidos crus ou assados. Por toda essa versatilidade é que o açafrão recebeu o título de "rainha das plantas".

12. Manchas amarelas para prostitutas, mães solteiras e judeus

Na Idade Média o amarelo tornou-se a cor dos proscritos. Uma instrução de Hamburgo, de 1445, obrigava as prostitutas a colocarem um pano amarelo na cabeça; uma lei de Leipzig, de 1506, obrigava-as a vestir um manto amarelo; em Merano, na Itália, seus sapatos deveriam ter cordões amarelos. Também as mães solteiras deviam tornar pública essa desonra, usando alguma coisa amarela; em Friburgo, na Brisgóvia, eram obrigadas a vestir um gorro amarelo. No pescoço dos hereges, na hora de sua execução, era colocada uma cruz amarela. Os que tinham dívidas deveriam costurar um círculo amarelo em suas roupas. Essas peças de vestuário e marcas amarelas eram as “manchas da desonra”.

Os judeus eram os mais discriminados. Desde o século XII eles eram obrigados a usar chapéus amarelos. Esses chapéus eram altos e em forma de cones, às vezes curvados como um chifre. Tinham também que pregar argolas amarelas às suas roupas. Essas argolas às vezes eram de latão, mas na maioria dos casos eram de tecido e deviam ser costuradas à roupa. Martinho Lutero escreveu que “os judeus e os mendigos são reconhecidos por suas argolas amarelas”.

Em virtude de os cristãos imputarem a cor amarela aos judeus, existe um profundo sentimento discriminatório: tanto na tradição cristã quanto na judaica, a cor amarela é proibida na liturgia. Na Igreja Católica essa tradição foi estabelecida no século XIX; as vestimentas dos sacerdotes poderiam ser bordadas em ouro, mas jamais em amarelo. O amarelo nas insígnias eclesiásticas é sempre considerado ouro → Preto 22. Uma cor usada para discriminar aqueles que professem outra fé jamais será uma cor respeitada pela religião que é discriminada. Ela tampouco será respeitada como cor pela religião dos opressores. No século XX os judeus, mais uma vez, precisaram usar o amarelo como cor da discriminação. Os nazistas obrigaram os judeus a usarem sempre uma estrela de Davi amarela presa às suas roupas – para a religião judaica a estrela de Davi é azul.

O amarelo foi escolhido como a cor dos proscritos porque aqueles que tivessem que usá-la não tinham como escondê-la; até mesmo na escuridão ela pode ser vista.

E o amarelo jamais foi uma cor apreciada para as vestimentas. O açafrão era demasiadamente caro para que se pudesse tingir roupas com ele. E todos os outros corantes amarelos não produziam uma cor firme e luminosa.

Muito mais em conta do que o açafrão era o pólen de um cardo: a açafroa, ou açafrão bastardo. Foram encontradas nas Pirâmides do Egito tecidos de algodão tingidos dessa cor. Essa planta foi cultivada desde a Idade Média, também na Europa. Ao lado do índigo, era a planta mais importante para o tingimento de tecidos. Além disso, de suas sementes era extraído tanto um óleo comestível quanto óleo para lampiões. O amarelo da açafroa é até bem intenso, mas não é resistente à água nem à luz, por isso não era usado para tingir tecidos caros. Contudo, caso passasse por um processo posterior de tingimento com índigo ou pastel, obtinha-se um bonito verde.

Também era utilizado o jalne, gualdo ou resedá para tingir de amarelo. Essa planta, conhecida desde a Idade da Pedra, ainda era cultivada na Alemanha, no século XX. O tingimento é simples: cozinha-se a planta inteira e o caldo assim produzido é o que se usa para tingir. Esse amarelo, em geral, também passava por um segundo tingimento com azul, pois o amarelo do jalne é um amarelo pálido. E amarelo pálido é a cor de vestuário menos apreciada, pois quem a usa fica com aparência adoentada.

Mesmo com a abolição das leis para as cores das vestimentas, o amarelo permaneceu sendo pouco apreciado. Como as cores naturais dos tecidos eram de um cinzento amarronzado, o amarelo só podia ser utilizado para tingir seda, em todos os outros tecidos ele dava uma impressão suja e ordinária. Goethe chegou a escrever em sua Teoria das Cores: “Quando o amarelo entra em contato com superfícies que não são puras nem nobres, como o tecido comum, o feltro e outros semelhantes, quando essa cor não pode brilhar com toda a sua energia, ela produz um efeito desagradável.” Basta um movimento mínimo e imperceptível para transformar a bonita impressão de fogo e ouro numa sensação de lodo, e a cor da honra e da glória passa a ser a cor da indignidade, da abominação e do constrangimento.

Hoje em dia o amarelo só é visto com frequência nos trajes informais de verão. O amarelo só combina com o brilho do Sol. Na moda elegante, o amarelo aparece sempre como ouro têxtil, em sedas e cetins resplendorosos. Vestidos amarelos de tecidos nobres, porém opacos, são exceção.

O amarelo em geral é tão pouco apreciado como cor de vestimenta porque a pele amarela não é apreciada pelos europeus. Ao contrário do que na Ásia, onde o amarelo é tão apreciado, pois vestimentas amarelas dão destaque ao tom

amarelado do pele.

O amarelo é considerado, pelo mundo da moda, como uma cor que não é verdadeiramente apreciada; serve apenas, sempre, para um flerte momentâneo – é uma loucura passageira.

13. O amarelo na política: a cor do traidor

A hipocrisia: violeta 18% · preto 16% · **amarelo 12%** · verde 11% · marrom 10%

Como cor política, o amarelo desempenha entre nós um papel sempre negativo. Ainda não existiu nunca um partido que se autodenominasse “os amarelos”. Pois, num sentido político, o amarelo é a cor dos traidores. Hans Sachs já escreveu em versos:

> “*Ein Verräter bist du, ein Gelber,*
> *Frisst deinen vergifteten Apfel selber!*”4
> [“És um traidor, um amarelo;
> devora tu mesmo tua maçã envenenada!”]

O amarelo tem velha tradição como cor dos traidores: Judas Iscariotes, o traidor de Jesus, na maioria das vezes é representado em amarelo pálido nas telas → Fig. 29.

Na Espanha do século XVI, nos tempos da Inquisição, os hereges, ou seja, todos aqueles que não obedeciam até renunciar a si próprios as prescrições da Igreja Católica, compareciam ante os tribunais da Inquisição vestindo um capote amarelo.

Na Alemanha, na França e na Espanha existiam “sindicatos amarelos”, mas somente seus adversários os chamavam assim; eles se autodenominavam “comunidades operárias”, defendiam interesses comuns de patrões e empregados. Para os sindicatos operários que se autodenominavam “sindicatos vermelhos”, os membros das comunidades operárias eram furadores de greve e traidores. Assim, passaram a ser chamados de “amarelos”.

Para os europeus, o amarelo também é sinônimo de Ásia. A rejeição europeia ao amarelo liga-se ainda, frequentemente, à rejeição aos estrangeiros. A sempre evocada ameaça da Ásia à Europa gerou o *slogan* político “o perigo amarelo”.

14. O amarelo masculino e imperial da China

Cor da felicidade, da glória, da cultura, da harmonia, da sabedoria – isso é o amarelo.

Cada raça se considera o coroamento, o suprassumo da criação. Os brancos idealizam o branco, para os asiáticos o amarelo é a cor mais linda – muitos europeus custam a acreditar. Uma história chinesa da criação: Deus criou os homens, deu-lhes forma através de uma massa e os assou no forno. Os primeiros homens a saírem do forno ficaram mal assados – eram pálidos e brancos. Na segunda tentativa Deus os deixou por demasiado tempo no forno – eles ficaram pretos. Só na terceira tentativa foi que Deus conseguiu criar homens da cor ideal – amarelo-ouro.

Os chineses vivenciam o amarelo como a força natural que concede a vida. O norte da China é constantemente coberto pelo pó amarelo do deserto de Gobi, um pó solúvel que traz muitos benefícios à agricultura. O *Huang He*, o rio Amarelo, é amarelo em virtude da grande quantidade de limo que carrega.

A China sempre se autodenominou o “Império do Meio”, sendo a residência do Imperador o centro do mundo. A cor da majestade imperial era o amarelo. Existe uma figura legendária, o “imperador amarelo” Huang-ti, venerado como um deus, que deu aos homens a cultura.

O último imperador da China, Pu Yi, nascido em 1906, escreveu em suas memórias: A cada vez que evoco a minha infância, um véu amarelo se estende sobre minhas recordações: amarelas eram as telhas esmaltadas dos telhados; amarelo meu palanquim; amarelo o forro de minhas roupas e do meu chapéu; meu cinturão era amarelo; eram amarelos os copos e pratos em que eu comia e bebia; meus livros eram encapados de amarelo; as cortinas do meu quarto, as rendas do meu cavalo – entre tudo que me rodeava nada havia que não fosse amarelo. Essa cor, chamada ‘amarelo luminoso’, era privilégio exclusivo da família imperial, e desde pequeno infundiu em minha consciência a ideia de que eu era alguém único, e que possuía uma ‘natureza celestial’.

Quando o imperador Pu Yi estava com cerca de dez anos ele teve que ir, pela primeira vez, visitar seu irmão Pu Dschie, um ano mais novo que ele; esse irmão não pertencia à família imperial. Casualmente, o jovem imperador de dez anos acaba percebendo sob a manga do quimono de seu irmão a cor do forro: “Pu

Dschie, como é que usas essa cor? Quem te deu permissão para usá-la?”, perguntei apreensivo.
“Isso não é amarelo damasco?”
“Mentiroso! Isso é amarelo imperial!”
“Sim, senhor, Majestade, às suas ordens, Majestade!”
“Isso é ‘amarelo luminoso’, não tens o direito de usar essa cor!”
“Às suas ordens, Majestade!”

Os imperadores chineses eram como filhos do céu. O amarelo, como cor imperial, é também a cor do Estado e da religião. A simbologia política e a religiosa são idênticas, o amarelo é sempre a cor mais elevada. Entre nós, estendemos aos soberanos um tapete vermelho – na China, o tapete é amarelo.

Também na Índia o amarelo é a cor dos deuses e dos governantes. A Figura 27 mostra o deus Krishna com sua amada. Krishna está vestindo amarelo.

A filosofia chinesa explica o destino do mundo, que é o destino do homem, por meio dos opostos complementares Yin e Yang. Yin é a força feminina, o princípio passivo, receptivo. Yang é a força masculina, o princípio ativo, criador. Yin e Yang são contrários, como causa e efeito: um não pode existir sem o outro. Tudo o que vive e tudo que faz parte da vida – os sentimentos, os elementos, os alimentos, os animais, os pontos cardinais, os órgãos do sentido e as cores – tudo tem sua atribuição, como Yin ou como Yang.

O amarelo, como cor mais elevada, é Yang, é masculina. Em toda cultura a cor mais importante é masculina. O masculino amarelo tem como seu polo oposto uma cor feminina, o preto. Na China, o branco e o preto são cores femininas. O preto simboliza o início, o nascimento, e o branco a morte, o fim. Essas são as forças femininas. As forças masculinas são as forças da vida e das cores cromáticas: o vermelho e o verde são também, além do amarelo, cores masculinas. O azul, na China, não é uma cor básica, e sim uma variante do verde. Todas essas noções contradizem a percepção europeia. Para nós, o preto é cor masculina. O amarelo, se bem que não o consideremos propriamente como uma cor feminina, nosso simbolismo tampouco o associa a alguma das qualidades masculinas que costumamos associar ao preto. Para nós, a cor naturalmente oposta ao preto é o branco, não o amarelo, que é o contrário natural do preto para os chineses. De acordo com o simbolismo chinês, o amarelo foi gerado do preto, assim como a terra amarela surgiu das obscuras águas primordiais.

O símbolo do Yin e do Yang consiste de um círculo contendo dentro uma ondulação que o divide em dois → Fig. 23. Na maioria das vezes, nós o

encontramos com uma metade preta e a outra branca, porque para nós o preto e o branco são os opostos mais elementares; isso, porém, não está de acordo com o simbolismo cromático da China. Assim como os chineses preferem que o papel tenha certo tom de amarelo na impressão de livros, na China obtém-se automaticamente o contraste, para eles fundamental, do amarelo com o preto.

Na China, o amarelo é sempre bom, seja qual for sua composição. De acordo com a superstição chinesa, se se empoar com enxofre amarelo o ventre de uma grávida, o feto, caso seja uma menina, se transformará em menino. Inclusive o ouro é bom sobretudo por ser amarelo: o ouro é o símbolo da riqueza, porém o "ouro amarelo" é o símbolo da lealdade e da incorruptibilidade.

Na Figura 25 veem-se cavaleiros que carregam bandeiras que representam a simbologia cromática chinesa: na primeira fila, as cores masculinas: um cavaleiro com uma bandeira vermelha, outro com uma bandeira amarela e, a seu lado, um terceiro com uma bandeira verde. Na fila posterior, as cores femininas: uma branca e a outra preta.

Os europeus se espantam pelo fato de o azul não figurar entre as cores básicas para os chineses, e sim o verde. Diz um provérbio chinês: "O verde sai do azul e o ultrapassa" – o que quer significar que um bom aluno pode chegar a ser melhor que seu professor. O verde é mais importante que o azul, pois ele contém amarelo.

No modo de pensar europeu, é igualmente estranho que a simbologia chinesa se centre no número 5. Tudo o que se pode dividir, articular e ordenar está dividido em cinco espécies, por isso são cinco as cores conhecidas → Fig. 24.

A simbologia europeia está centrada no número 3 quando se refere a temas religiosos, como a trindade. Também são tipicamente três os desejos dos contos. Nossa simbologia, quando se refere à natureza, está centrada no número 4.

Parece difícil para nós entender que haja mais do que quatro pontos cardeais – na China há cinco. O quinto ponto cardeal é o ponto do meio – justamente onde se encontra a China. E qual será a cor desse ponto médio? Naturalmente que é o amarelo.

A tabela da simbologia cromática chinesa mostra as conexões das cores com outros domínios e com o princípio feminino do Yin e o masculino do Yang. De acordo com o significado do número 5, tudo está dividido em cinco domínios.

Os animais se dividem em animais com escamas, animais com plumas, animais com couraça, animais com pelos e animais pelados. Cada classe tem um animal que a representa: a dos animais com escamas, um dragão; a dos animais com plumas, a mítica ave fênix; a dos encouraçados, a tartaruga; a dos que têm

pelos, o tigre; e a dos pelados, o homem. Trata-se, naturalmente, do homem asiático, cuja cor é o amarelo.

Na China há também cinco estações do ano, e a mais bonita é a que sucede o verão, pois então toda a folhagem fica amarela.

A Terra é amarela, assim como o solo chinês é fértil.

Todos os elementos da simbologia podem ser combinados: uma tartaruga preta simboliza o norte; um fênix vermelho, o fogo; um dragão verde, a primavera.

A SIMBOLOGIA CROMÁTICA CHINESA

15. O amarelo envelhecido

Alguns traços ínfimos de sujeira já bastam para tirar a luminosidade do amarelo, torná-lo acastanhado, cinzento. O amarelo puro é uma cor de coisa nova; o amarelo velho é chamado também de “envelhecido”. As propagandas de sabão inventaram o “Gilb”, um monstro castanho-amarelado que faz com que toda roupa branca fique com aspecto de roupa surrada, por ficar amarelada.

Do mesmo modo como o papel amarelece, na velhice os dentes também amarelam, assim como a tez e a cor dos olhos. O amarelecimento é a marca da idade, e da decadência. A pele se torna lívida também em consequência de raiva, de doença e de vida desregrada. Pintores como Toulouse-Lautrec, Otto Dix, Egon Schiele pintaram as damas e os cavalheiros das casas de diversão com a pele amarelada.

O mau odor também é representado na propaganda por fumacinhas de um amarelo sujo.

Na simbologia europeia, o amarelo é a cor da má reputação; a experiência da vida nos revela que o amarelo é a cor da má aparência.

16. O amarelo dos artistas

Amarelo bom ou amarelo ruim? – para os artistas essa pergunta tem um significado muito real. Existem corantes amarelos que conservam sua luminosidade, outros fazem com que ela se altere no decorrer do tempo. Nenhum pintor deseja que as cores de seus quadros se alterem de maneira descontrolada, mas muitos deles tiveram que se resignar a isso, por não conhecerem cores mais estáveis ou porque não podiam pagar por elas.

Quem mais sofreu com esse problema foi Van Gogh (1853-1890), e teria sofrido infinitamente mais caso tivesse suspeitado o quanto o seu amarelo se alteraria já após algumas poucas décadas. O seu amarelo luminoso transformou-se em amarelo pálido. Seu laranja luminoso ficou acastanhado. O resplendor de seus girassóis se tornou um tédio ocre embaçado. Van Gogh pintava com amarelo cromo, um corante muito venenoso que contém chumbo e enxofre. O amarelo cromo havia recém-chegado aos mercados e era muito mais barato até do que o novo amarelo cádmio – com cujo custo Van Gogh não podia mais arcar. Havia vários tons do amarelo cromo, indo do amarelo limão até o amarelo laranja; Van Gogh sabia que todas essas cores iriam empalidecer, por isso as empregou em camadas extremamente espessas. Aplicado em camadas finas o amarelo-cromo é tão sensível, que até nas salas escurecidas dos museus ele vai gradualmente desaparecendo.

O amarelo cádmio é um dos pigmentos amarelos mais resistentes e é atóxico, porém entre as tintas a óleo um tubo de amarelo cádmio custa cerca de três vezes o preço de um tubo de amarelo cromo. Apesar disso, os especialistas em cores artísticas desaconselham totalmente o uso de amarelo cromo, em vez dele sugerem o amarelo *hansa*, um pigmento conhecido desde 1900, e principalmente o amarelo níquel-titânio, conhecido desde 1950. O amarelo níquel-titânio é, na opinião dos especialistas, o melhor amarelo que jamais existiu.[5]

Um famoso amarelo artístico antigo se chama amarelo Nápoles, pois anteriormente havia sido encontrado esse amarelo no sal de chumbo como mineral natural no golfo de Nápoles.

O amarelo indiano é uma cor conhecida, porém mal afamada. Foi utilizada principalmente como cor para aquarela, por sua cor ser muito intensa, mas com pouco poder de cobertura. Desde 1750 ela era importada das Índias. O amarelo

indiano chegou ao mercado como bolotas pardas do tamanho de um punho que continham uma massa macia amarela reluzente, que cheiravam a urina. As pessoas na Europa ficaram muito tempo sem saber do que consistia essa massa que, dissolvida em água, era usada para pintar. Ela provinha da urina de vacas alimentadas somente à base de folhas de mangueira e que bebiam muito pouca água; em virtude disso, o corante ficava tão forte na urina dessas vacas. A terra sobre a qual essa urina caía era amassada no formato de esferas. Em 1921, o amarelo indiano desapareceu; proibiu-se essa tortura que se impunha aos animais para a obtenção do corante amarelo. O amarelo indiano, nas atuais aquarelas, é uma cor sintética.

17. O amarelo criativo

Um ovo frito com a gema azul, uma banana violeta, uma pera preta, pipoca rosa avermelhada, um limão vermelho, abacaxis azuis... – o amarelo natural desses alimentos foi substituído por cores estranhas, impossíveis – pode-se dar rédea solta à criatividade.

A massa italiana é amarela, mas também existe massa verde de espinafre, vermelha de tomates e parda de centeio; até mesmo preta, de tinta de lula. Mas quem é que desejaria uma massa azul – ainda que azul fosse a sua cor favorita?

A resistência aos alimentos coloridos artificialmente é menor quanto mais produtos artificiais vão sendo consumidos: as batatas *chips* poderiam ser vendidas e consumidas em diversos sabores e cores, como o verde menta e o vermelho bordô. As pipocas doces de milho se vendem coloridas em todas as cores. Variações semelhantes são possíveis ainda no mel, na mostarda, nos flocos de milho e nos queijos.

Deixando de lado esses fenômenos, são espantosamente poucos os artigos que se empacotam na cor amarela. A empresa mais conhecida cuja cor é amarela são os Correios. As caixas de correio amarelas têm melhor visibilidade à distância do que as azuis, as vermelhas ou as verdes de outros países. As antigas cabines telefônicas alemãs eram muito mais visíveis à distância do que as atuais cinzentas com o teto vermelho *pink*.

O amarelo dos correios alemães tem origens históricas: preto e amarelo eram as cores dos uniformes do serviço postal dos Turn-und-Taxis, as mesmas cores do Império dos Habsburgos. As cabines passaram a ser verdes e, durante a época do domínio nazista, foram pintadas de vermelho. Até 1946 o amarelo não tinha voltado a ser a cor do serviço postal. E com a dissolução do monopólio estatal, o amarelo dos serviços dos correios alemães está desaparecendo.

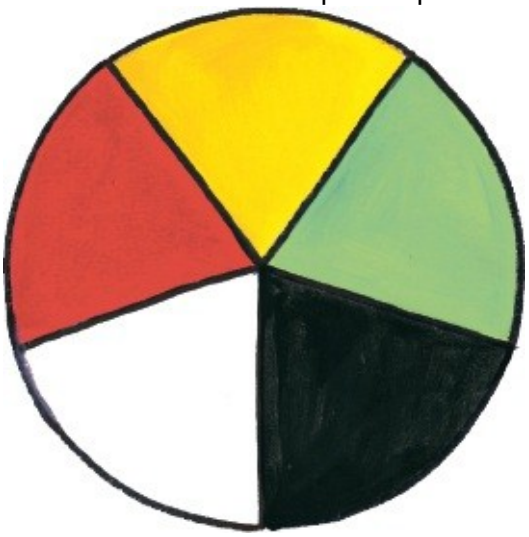
Apesar de sua visibilidade, o amarelo só é escolhido pelos embaladores quando tem correspondência com o tema: protetores solares devem ter embalagens amarelas, combinando com o Sol; perfumes em embalagens amarelas devem sugerir aroma de flores; e a baunilha só poderia ser embalada na cor amarela.

O amarelo parece ser uma cor muito difícil para a maioria dos desenhistas, isso porque as cores que o acompanham fazem facilmente com ele um acorde

negativo. A exceção, um famoso produto embalado em amarelo e preto, é o cola-tudo Uhu. Preto-amarelo, acorde do perigo, é ideal para o *slogan* sempiterno desse produto: *Im Falle eines Falles klebt Uhu wirklich alles* (quando algo se quebra, Uhu logo conserta).

Propostas para rótulos e símbolos em cores criativas: um sol azul, uma lua verde, um leão violeta, uma abelha vermelha e azul, um pintinho rosa.

23 Símbolo do Yin-Yang: na China o amarelo se opõe ao preto.



24 As cinco cores simbólicas chinesas: o amarelo é a cor mais nobre; o azul não desempenha nenhum papel autônomo, o verde é mais importante, por conter amarelo.

25 Cavaleiros com as cores simbólicas da China: adiante vão as cores masculinas, vermelho, amarelo e verde; atrás as cores femininas, branco e preto.

26 O bóton do sorriso na cor do otimismo.

27 O deus hindu Krishna e sua amada terrena. Como sinal identificador de sua divindade, sua pele é azul e seus trajes são amarelo-dourados.

Simbologia cristã com duplo significado:

28 O amarelo da iluminação. O olho dentro do triângulo amarelo simboliza Deus.

29 O amarelo pálido simboliza o traidor. Abaixo Judas, em amarelo pálido – sem a auréola luminosa.

30 A enganadora serpente em amarelo pálido, junto à Árvore do Conhecimento. Amarelo-preto: o acorde da advertência.

31 Acorde ideal para colas.

32 Placa de alerta: material explosivo.

33 Nas obras de arte egípcias, a mulher sempre passa seu braço em volta do homem. As mulheres podem ser reconhecidas pela cor de sua pele: entre os egípcios, o amarelo é cor típica da pele feminina. → Fig. 22.

VERDE

A cor da fertilidade, da esperança e da burguesia.

O verde sagrado e o verde venenoso.

A cor intermediária.

Quantos tons de verde você conhece? 100 tons de verde 1. O verde bonito e o verde feio

2. A cor do meio
3. A natureza e o natural
4. A cor da vida e da saúde
5. A cor da primavera, dos negócios que florescem e da fertilidade
6. A cor do frescor
7. A imaturidade e os jovens
8. A cor do amor precoce, de Vênus e do signo de Touro
9. Verde é esperança
10. A cor sagrada do Islã
11. Verde masculino e verde feminino
12. O verde litúrgico da Igreja Católica e o verde do Espírito Santo
13. O verde venenoso
14. O verde horripilante
15. A cor da burguesia
16. Por que o verde e o azul não combinam?
17. O extravagante vestido de seda verde
18. A cor que acalma
19. A cor da liberdade e da Irlanda
20. Os naipes se aprendem na mesa verde
21. O verde funcional
22. As cores das estações de Itten. Impressões cromáticas individuais e compreensão universal

Quantos tons de verde você conhece? 100 tons de verde

De quantos verdes um artista precisa? Para muitos profissionais bastam dois tubos de verde de óxido de cromo: um ígneo e um fosco. Essas cores, misturadas ao amarelo, ao azul e ao vermelho, fornecem todos os tons de verde do mundo.

As descrições coloquiais e artísticas dos tons de verde são: Cáqui Cinza oliva Oliva Turquesa Umbra esverdeado Verde acastanhado Verde acinzentado Verde apagado Verde aspérula Verde azulado Verde bétula Verde bile Verde bilhar Verde brilhante Verde bronze Verde cádmio Verde cana Verde cedro Verde charneca Verde cloro Verde cobalto Verde cobre Verde comercial Verde convés Verde corrida (*racing*) Verde cromo Verde de Verona Verde duende Verde erva Verde espinafre Verde eucalipto Verde exército Verde feltro Verde floresta Verde folha Verde França Verde grama Verde groselha Verde heliogênio Verde hera Verde hortelã Verde jade Verde jaguar Verde lima Verde limo Verde *loden*

Verde lousa Verde luz Verde maçã Verde maio Verde malaquita Verde máquina Verde mata Verde mate Verde menta Verde nato Verde neon Verde Nilo Verde opala Verde original Verde óxido de cromo opaco Verde óxido de cromo vivo Verde pálido Verde pastel Verde pátina Verde pavão Verde permanente Verde petróleo Verde *phtalo*

Verde pigmento Verde pinheiro Verde pistache Verde polícia Verde primário Verde primavera Verde puta Verde resedá Verde russo Verde salada Verde samambaia Verde sapo Verde *Schweinfurt*

Verde seda Verde semáforo Verde suco Verde sujo Verde terra Verde turmalina Verde veneno Verde Victoria Verde Viridiana Verde-abacate Verde-água Verde-esmeralda Verde-garrafa Verde-mar Verde-mar Verde-montanha Verde-musgo Verde-paris

1. O verde bonito e o verde feio

O verde é a cor predileta de 16% dos homens e 15% das mulheres.[6] O verde vai sendo mais apreciado com a idade, sobretudo pelos homens. Dentre os homens de até 25 anos de idade ou menos, apenas 12% citam o verde como cor predileta; dentre os acima dos 50 anos, 20%. Na velhice as cores apagadas, sobretudo o cinza, vão agradando menos; as cores que simbolizam a mocidade passam a ser mais apreciadas. Porém existem alguns que jamais apreciam o verde: em média, 6% dos homens e 7% das mulheres, de todas as idades, citaram o verde como sua cor menos apreciada.

O verde é mais do que uma cor, o verde é a quintessência da natureza. O verde é uma ideologia, um estilo de vida: consciência ambiental, amor à natureza, ao mesmo tempo a recusa a uma sociedade dominada pela tecnologia.

Os que não apreciam o verde pensam, antes, na cor em si. Minha própria pesquisa demonstrou que os inimigos do verde definem o "verde típico" como escuro e apagado, como o verde exército, o verde-garrafa, o verde "*loden*"*. Os que amam o verde, ao contrário, enxergam o "típico verde" como o verde primaveril, o verde-esmeralda, o verde-mar. Os apreciadores do verde e os seus inimigos não conseguem chegar a um acordo acerca da cor "típica" do verde → Figuras 34 e 35.

O verde é a cor resultante da mistura do azul com o amarelo. Mas em todas as antigas teorias cromáticas o verde consta como cor primária. Porque para essas teorias antigas, as cores não eram classificadas de acordo com suas propriedades cromáticas técnicas, e sim por sua ação psicológica. E como o verde é uma cor elementar em nossa vivência e em nossa simbologia, num sentido psicológico ela é, sim, uma cor primária.

Quando se trata do violeta, as pessoas pensam sempre nas cores básicas que a compõem, o vermelho e o azul – em vez de "violeta" as pessoas dizem também "vermelho azulado" ou "azul avermelhado"; e, em lugar de laranja, as pessoas dizem "vermelho amarelado" ou "amarelo avermelhado". O verde, entretanto, é uma cor autônoma.

O verde é a cor que mais variações tem. Um pequeno toque de azul já transforma o amarelo em verde; por outro lado, o verde pode conter todas as outras cores, o branco e o preto, o marrom e o vermelho – e continuará sendo

verde. Mas ele se modifica mais que as outras cores com a luz, dependendo de ela ser natural ou artificial. Por isso, o verde também simboliza uma cor muito mutável.

Nos acordes cromáticos, o verde, na maioria das vezes, se combina com o azul – sempre com um efeito positivo. Caso se combine com preto ou violeta, seu efeito se torna negativo.

Porém, em si, o verde não é nem bom, nem mau.

* “*Loden*”, tecido fabricado de lã de ovelha, cardado, muito resistente ao frio e impermeável. Antigamente fabricado na região de Loderers, na Áustria. Sua cor é um tom de verde-azeitona, e com eles se fazem casacos para o frio e a chuva, e também para o trabalho e para a caça. Esse tipo de casaco é ainda hoje muito usado na Europa. (N.T.)

2. A cor do meio

O agradável: verde 22% · azul 20% · laranja 14% · amarelo 12% · rosa 8%
A tolerância: verde 20% · azul 18% · branco 17% · violeta 14%

O vermelho dá a impressão de proximidade, o azul de distância; no meio fica o verde – essa é a lei da perspectiva das cores → Fig. 36.

O verde é a cor intermediária nas mais diversas dimensões: o vermelho é quente, o azul é frio; a temperatura do verde é agradável. O vermelho é seco, o azul é molhado; o verde é úmido. O vermelho é ativo, o azul é passivo; o verde é tranquilizador. O verde fica entre o masculino vermelho e o feminino azul. Fica entre o vermelho da matéria e o azul do espírito. Na Teoria das Cores, o verde é complementar ao vermelho; mas na nossa percepção e na nossa simbologia cromática, o azul é a cor que maior contraste faz ao vermelho – também nesse sentido, o verde fica no meio.

Os extremos são excitantes, perigosos. O verde, em sua mais completa neutralidade entre todos os extremos, atua de uma maneira que acalma e transmite segurança.

Em virtude de ser a mais neutra das cores em nossa simbologia, sua ação é especialmente determinada pelas cores que a ele se combinam. A combinação verde-azul domina o acorde de todas as características positivas; quanto a isso não há grandes disputas, é ponto pacífico: são as cores principais de tudo quanto é agradável – e da tolerância.

Os astrólogos associam o verde aos nascidos sob o signo de Libra. Em virtude desses nativos aparentemente serem também assim, especialmente equilibrados, sempre diplomáticos e esforçados em obter harmonia, o verde, a cor do meio termo, a cor que acalma, é a que melhor lhes convém. Como pedra preciosa, lhes é consignada a esmeralda, uma das pedras mais valiosas.

3. A natureza e o natural

O natural: verde 47% · branco 18% · marrom 12% · azul 9%

Pela perspectiva da civilização, o verde aparece como cor simbólica da natureza. Só quem está na cidade pode ir “para o verde”, descrever a floresta como “pulmões verdes”; só nas cidades existem “zonas”, “áreas” ou “espaços verdes”, que são governados pelos departamentos do meio ambiente. O “verde” enumerado do golfe também é de natureza artificial. Costumamos dizer de alguém cujo *hobby* é a jardinagem que ele tem “o polegar verde”. Existem também as “viúvas verdes”, mulheres que vivem nos subúrbios, separadas de seus maridos, que só voltam para casa nos fins de semana.

Existem muitos fenômenos da civilização que podem ganhar uma pincelada “natural” através do predicado “verde”. Uma “cosmética verde” dá a entender o emprego de ingredientes naturais, e uma “medicina verde” é aquela que pretende curar somente com substâncias naturais. Já aconteceu até de uma empresa de produtos químicos anunciar que a química praticada ali era “verde”.

O “Partido Verde” só pode surgir numa sociedade altamente industrializada, quando a natureza se tornou uma questão menor, transformada em “meio ambiente”. A escolha do nome foi inteligente: “verde”, como a cor da natureza, a cor que resumia os objetivos do partido; como cor em si, simbolizava sua posição independente entre os dois blocos políticos, os vermelhos e os pretos.

A organização ecologista Greenpeace também escolheu a palavra “verde” – e os próprios ecologistas são chamados de “verdes”.

O efeito naturalista do verde não depende de nenhum tom especial de verde, e sim das cores que a ele são combinadas: com azul e branco – as cores do céu – e marrom – cor da terra – o verde se mostra absolutamente natural.

A cor que, em termos psicológicos, mais contrasta com o verde é o antinatural, o artificial violeta.

4. A cor da vida e da saúde

A vivacidade: verde 32% · amarelo 20% · laranja 18% · vermelho 12%

O saudável: verde 40% · vermelho 20% · azul 11% · rosa 10% · laranja 10%

A cor verde é o símbolo da vida em seu mais amplo sentido – não só com relação à humanidade, mas a tudo que cresce. “Verde” é o oposto de murcho, de seco, de morto. A simbologia é tão internacional quanto a experiência: um inglês que se sente em plena forma costuma dizer que está “*in the green*”.

A saúde é verde, pois o verde é sinônimo de hortaliças, as “verduras”. Nesse sentido, um “verde” significa também um vegetariano. Nos “mercados verdes” alemães (nossos “hortifrútis” e congêneres) são vendidos os produtos vegetais que são verdes ou ligados ao verde. Um “caldo verde” é um caldo que leva verduras. Combinado a nomes de outros alimentos, o adjetivo “verde” significa a adição de verduras e ervas – massa verde, molho verde. Aqui muitas invenções culinárias são possíveis: “caviar verde” pode constar no cardápio requintado de restaurantes, “pão verde”, “chocolate verde” etc...

O “*grie Soß*”, uma especialidade de Frankfurt e o prato predileto de Goethe, consiste de ovos duros com uma farta cobertura de molho verde, feito à base de sete ervas.

Os bois adoram comer trevos. Já o ditado alemão: “quem louva além do verde trevo”, uma forma de dizer que quem faz elogios exagerados, não deve ser levado a sério – os que usam esse provérbio estarão ajuizando feito um boi. O trevo só é o suprassumo da alimentação para o gado bovino.

O trevo de quatro folhas, símbolo da sorte, é comum nos cartões de felicitações para o Ano Novo; nesse dia é costume presentear com um vasinho de trevos de quatro folhas – é uma forma de se desejar que tudo de melhor floresça.

O verde é a cor da vida vegetal, o vermelho a cor da vida animal. O acorde verde-vermelho simboliza uma alta vitalidade.

O verde faz parte também do acorde da felicidade: ouro-vermelho-verde – o ouro representa a riqueza, o vermelho o amor e o verde a saúde.

5. A cor da primavera, dos negócios que florescem e da fertilidade

A primavera: verde 62% · amarelo 18% · azul 6% · rosa 5%

Germinar, brotar, verdejar. O verde é a cor da primavera. Verde-amarelo-azul-rosa; o acorde da primavera é único, não aparece sob nenhum outro conceito: aqui se vê também como cada cor pode agir de múltiplas maneiras, dependendo das demais cores a que ela se combina.

A primavera significa crescimento, branco-verde é o acorde → do principiar. Em sentido extensivo, o verde entra como cor simbólica da prosperidade. Quando antigamente se dizia: “nos tempos verdes”, não era a primavera que se tinha em mente, mas um tempo de florescimento econômico e cultural. Quem não conquista nada na vida, dele se diz que não encontrou “seu galho verde”.

A primavera é a estação da fertilidade. Na China, o jade, a pedra verde ornamental, é a mais bela de todas as pedras; com ela são decorados móveis, instrumentos e armas. O jade é, além disso, um símbolo muito especial de fertilidade: segundo a simbologia chinesa, o jade é o esperma do dragão celeste, símbolo da maior força vital masculina, a celestial.

O jade existe em cores que vão de um branco esverdeado opaco até um verde-claro, intensíssimo; os europeus pouco conseguem entender sobre as diferenças, de qualidade e de preço, dessa pedra. A internacional casa leiloeira Christie’s anunciou um recorde em 1997: foi vendida em Hong Kong a joia de jade mais valiosa de todos os tempos; aliás, foi a peça mais cara jamais negociada por um leilão na Ásia: era uma corrente curta com 27 esferas de jade, simples como um colar de pérolas; cada esfera media 13 milímetros de diâmetro, e eram todas da mesma cor – um verde translúcido, que poderia ser definido como verde-esmeralda, verde espinafre, verde veneno ou ainda um verde permanente claro, na terminologia dos pintores – a oferta máxima atingiu 7,5 milhões de euros. O desenho simples e o preço elevado levam a crer que tenha sido criada para uso masculino. Antigamente, os adereços de jade usados pela nobreza eram sinais da posição e da dignidade dos que os usavam. O rei chinês Zhoo Mo foi enterrado com suas vestes guarnecidas com duas mil plaquinhas de jade.

A rã é também um símbolo de fertilidade. Ela é verde, põe numerosos ovos e

assemelha-se a um embrião humano. Por isso, o rei dos sapos da lenda deseja a todo custo ir para a cama com a princesa.

6. A cor do frescor

O refrescante / o fresco: verde 27% · azul 24% · amarelo 22% · laranja 14%

A conexão entre “verde” e “fresco” se faz notar também na língua. “Fresco” é o oposto de conservado, preparado, defumado, desidratado. “Madeira verde” é madeira fresca, úmida; “almôndegas verdes” são feitas com batatas cruas; na Inglaterra existe até mesmo a “carne verde” – o que não quer dizer que a carne seja verde, e sim que é carne fresca. Uma “máquina verde” – *“a green machine”* – não significa um máquina pintada de verde, e sim que ela é “recém-saída da fábrica”, nova em folha.

Grüne Hochzeit, (bodas verdes) são, na Alemanha, as bodas de casamento que atecedem as bodas de prata. Um *hit* ou canção que, embora antiga, nunca sai de moda, é chamada de *evergreen* (para sempre verde).

Tudo o que é verde transmite uma sensação de frescor. Até mesmo perfumes na coloração verde sugerem aromas cheios de frescor; deles se diz que têm “uma fragrância verde”.

Ao lado do azul, o verde atua de modo especialmente fresco – nessa combinação, o azul atual como cor da água. O verde azulado, o assim chamado “turquesa”, é a cor favorita das piscinas – e de todos os acessórios de banho que devam propiciar uma sensação de frescor.

No entanto, a regra de que o verde está ligado a uma sensação de coisa fresca, e de frescor, depende do produto. Uma toalha verde não parece mais fresca do que outra, vermelha; para um pão que se tornou verde, a associação é exatamente oposta. As significações que foram apreendidas pela vivência são decisivas.

O verde, perto do marrom, é o acorde → do ácido e do amargo. Pensa-se no sabor de bebidas preparadas à base de ervas; os licores de cor verde acastanhada são especialmente ácidos e amargos.

O verde ao lado do amarelo é o acorde → do ácido.

Combinado com laranja, o verde é o acorde → do aromático.

O verde tem muito sabor.

7. A imaturidade e os jovens

A juventude: verde 22% · amarelo 16% · rosa 13% · branco 12%

O processo da maturação na natureza pode compreender vários estágios: pode ir do verde ao amarelo até chegar ao vermelho, no caso das cerejas; do verde ao vermelho até chegar ao azul e ao preto, nas ameixas e nos mirtilos; do verde ao marrom, nas nozes. Seja uma espiga de milho ou uma pinha, primeiro elas são verdes; brotos verdes podem florescer em qualquer cor. Porém, não existe nenhuma planta, nenhuma flor que percorra o caminho inverso – o estágio da imaturidade é sempre verde.

Essa experiência é tão difundida que pode ser transposta a outras esferas. O verde é a cor da juventude. Um "jovem verde" é alguém cuja fisionomia é ainda imatura como uma "fruta verde", imaturo feito vinho não fermentado (em alemão se diz "vinho verde"). Ele ainda está "verde atrás das orelhas", diz-se jocosamente por lá. Há também a descrição "bico verde", que faz referência à pele esverdeada apresentada pelos pássaros jovens. A pele ao redor dos chifres dos carneiros jovens também é esverdeada, razão pela qual existe a expressão *greenhorn* na Inglaterra.

"Quem se pinta de verde é devorado pelas cabras", diz um velho ditado alemão, querendo significar que quem se faz de bobo acaba sendo julgado como tal. E quando um inglês lhe perguntar: "Você está vendo algum verde em meus olhos?" ("*Do you see any green in my eyes*?"), ele está querendo dizer: "Está me tomando por bobo?".

8. A cor do amor precoce, de Vênus e do signo de Touro

Os sentimentos também se desenvolvem, crescem. Na poesia dos trovadores, o verde é a cor do amor que desabrocha. A senhora Minne, personificação medieval do amor no folclore alemão, veste um vestido verde. Lemos em Schiller, sobre o amor juvenil: “Nossa relação ainda está verde.”

Nesse mesmo sentido, uma “jovem verde” significava uma jovem solteira. E isso era óbvio: nas festividades em que se usassem trajes típicos, o verde-claro era a cor das moças jovens, em idade de se casar. No entanto elas não usavam vestidos dessa cor, pois eles não eram nada práticos; verde-claros eram apenas os acessórios, os *Ausputz*, as passamanarias, como se costumava dizer. No romance *Bodas campestres*, de Pieter Brueghels, a noiva usa uma gargantilha verde clara. As capas usadas pelas mulheres por séculos a fio, em seu caminho para a igreja, sempre forneciam mais informações sobre seu estado civil. As capas das mulheres solteiras eram enfeitadas com passamanarias em tons verde-claro.

“Moça, venha se sentar aqui do meu lado verde, eu gosto tanto de você que chega até a doer...” (“*Mädele ruck ruck ruck an meine grüne Seite, ich hab dich gar so gern, ich mag dich leide...”).* Essa canção folclórica, que Friedrich Silcher escreveu em 1836, pertence ao repertório de todo coro masculino da Alemanha – mas quase ninguém sabe o que quer dizer esse “lado verde”: é o lado do coração, o lado em que o coração está. Quem está do “lado verde” de alguém fica mais próximo ao coração da pessoa.

A expressão alemã “*man ist jemanden nicht grün”* (não estar verde em relação a alguém) significa o mesmo, que a pessoa não tem sentimentos “verdes” pelo outro – falando francamente, quer dizer que não suporta aquela pessoa.

Para os romanos, verde era a cor de Vênus. Vênus é a deusa dos jardins, das hortas e das vinhas. E entre os gregos, Afrodite (Vênus) era a deusa da beleza e do amor.

Vênus rege o signo de Touro; sendo assim, a maioria dos astrólogos atribui a cor verde a esse signo. Os taurinos aniversariam em abril e maio, portanto na primavera (do Hemisfério Norte); assim, a cor combina com a estação do ano. Aos taurinos masculinos correspondem qualidades masculinas, mas como no sistema astrológico Vênus incorpora um princípio feminino, nesse signo as

qualidades masculinas e femininas se equilibram. Mais uma vez, aqui se vê a cor verde como cor intermediária.

9. Verde é esperança

A esperança / a confiança: verde 48% · azul 18% · amarelo 12% · prata 5%

Como cor da esperança, será que o verde é apenas um clichê? Ou é uma atribuição consciente da cor? A pergunta se deixa esclarecer pela investigação das cores que se associam a conceitos semelhantes. Uma parte dos entrevistados recebeu a pergunta “qual é a cor da esperança?”; a outra parte, “qual é a cor da confiança?”. A resposta mais citada foi sempre, com boa margem de diferença, o verde[7]. E assim fica comprovado mais uma vez que, para conceitos semelhantes, acordes cromáticos igualmente semelhantes se aplicam.

A ideia de a esperança ser verde sobrevive porque está aparentada com a experiência da primavera. As analogias idiomáticas tornam isso visível: a esperança germina como a semente na primavera. A primavera significa renovação após um tempo de escassez. Também a esperança é um sentimento de que os tempos de privação estão ficando para trás. “Quanto mais duros os tempos, mais verde é a esperança”, diz o ditado. “Meu coração fica verde”, quer dizer que a pessoa já pode novamente ter esperanças.

Renovação, no sentido religioso, significa livrar-se do pecado, significa ressureição. Os que participam do jejum de quarenta dias depois da quarta-feira de cinzas ficam verdes outra vez. No último dia do jejum, a “quinta-feira verde” (em alemão *Gründonnerstag*), os que ainda seguem o antigo costume comem verduras, especialmente espinafre.

10. A cor sagrada do Islã

A cor favorita do profeta Maomé (570-632) era o verde. Maomé trajava manto e turbante verdes → Fig. 41.

A relíquia mais valiosa do Islã é o *sandshak-i-sherif*, a bandeira santa, que é verde e bordada a ouro. É a bandeira que o profeta carregou na guerra e que terminou com a conquista de Meca. A bandeira verde tem um significado extraordinário: cada maometano tem o dever de segui-la na guerra contra os infiéis. Assim, o islamismo se tornou uma religião mundial.

Verde é a cor dos profetas, a cor do Islã, a cor da Liga Árabe. Todos os Estados-membros têm o verde em suas bandeiras. A bandeira da Arábia Saudita, pátria de Maomé, traz a inscrição: *La illaha illa Allah wa Muhammed ur-rusul Allah*, "Só existe um Deus, e Maomé é seu profeta." Embaixo, há um sabre em memória da guerra em nome da fé → Fig. 42.

No enterro do rei Hussein, da Jordânia, que era tido por descendente direto do profeta, foi colocado sobre o túmulo um baldaquim verde, como símbolo da fé islâmica.

O fato de Maomé ter declarado o verde sua cor favorita não é um acaso, um produto de seu gosto individual. Maomé, que difundia as revelações divinas tal como estão escritas no Corão, profetizava aos que levassem uma vida que agradasse a Deus, como recompensa, uma eternidade de satisfações sensoriais, um paraíso para os apreciadores de paisagens que encantam, com prados verdejantes, florestas em que se podia estar à sombra, oásis eternos. O verde seria a cor reinante no Paraíso – uma ideia que, sem dúvida, enchia de entusiasmo um povo que vivia no deserto.

11. Verde masculino e verde feminino

A simbologia é dependente da cultura, pois culturas diferentes significam diferentes modos de vida. Perguntar “qual é o significado do verde?” significa, ao mesmo tempo, perguntar sobre as condições em que se vive.

Em meio ao deserto a natureza verde é grandiosa, o verde passa a significar o mesmo que bem-estar material e espiritual. Como cor sagrada do Irã, como cor da vida eterna, o verde é compreensivelmente masculino.

Para os antigos egípcios, o verde também era uma cor masculina. Aliás, o deus Osíris tinha a pele verde. Ele é o deus da vida – e, simultaneamente, o deus da morte. Nas religiões que creem no renascimento eterno, isso não é uma contradição. Ele era chamado também de “O grande verde” → Fig. 43.

Os animais verdes eram sagrados também. Foram encontrados nas pirâmides milhares de crocodilos mumificados. Por isso, adquire duplo significado o fato de o Deus do Antigo Testamento ter enviado ao Egito uma praga de gafanhotos. O Egito deveria sucumbir a seus animais verdes.

Porém, no Norte da Europa, onde o verde existe em abundância, a experiência ensinou que a exuberância verde não é garantia de riqueza, nem sequer de sobrevivência. Onde o verde é cotidiano, ele aparece também como cor de alguns demônios → Verde 14. E como cor cotidiana e também como cor negativa ele é, no pensamento tradicional, uma cor preferencialmente feminina: com a serpente verde e com Eva, segundo os ensinamentos dos cristãos, o mal entrou para o mundo. O verde é feminino quando ele é a cor da natureza profanada.

Existe uma grande variedade de nomes derivados da cor verde. “Flora” é a deusa romana das flores e das plantas. “Sílvia” em latim significa “selva”, em alemão antigo “Witta”. “Linde” ou “Linda” é o nome de uma árvore, assim como “Yvonne” em francês (teixo). Olívia vem da oliveira. Do loureiro vieram “Laurenzia” e “Laura”, e o nome grego “Daphne”. O nome francês “Chloé” é a cor verde de maio, um verde-claro como cloro. O nome espanhol “Esmeralda” vem da pedra preciosa.

Porém o verde é tão equilibrado que existem também vários nomes masculinos que derivam dele: do loureiro, do latim “laurus”, veio “Laurin” e “Lorenz”. E “Lars”. Também é apreciado o nome “Florian”, que é o masculino

de “Flora”. “Oliver” vem da oliveira, “Yves” vem do teixo. Do alto alemão antigo veio “witu”, “a floresta”, que originou “Veit”, “Vitus”, “Vito”. Tabela: Prenomes e cores → Branco 6.

12. O verde litúrgico da Igreja Católica e o verde do Espírito Santo

Branco, vermelho, violeta e verde – essas cores foram estabelecidas em 1570, pelo papa Pio V, como cores litúrgicas. São essas as cores que os sacerdotes vestem na missa e que adornam o altar e o púlpito.

Dentre as cores litúrgicas, o verde é a mais simples e a mais elementar. Verde é uma cor cotidiana, uma cor dos dias em que não se celebra nem comemora nada em particular.

Vermelho, azul e verde são as cores da trindade: nesse contexto, o vermelho é a cor simbólica de Deus-Pai, azul é a cor do Cristo e verde é a cor do Espírito Santo.

É verdade que, na maioria das pinturas, Maria também está retratada; então Maria traja azul; Cristo traja vermelho; Deus-Pai um vermelho escuro ou violeta, o vermelho-púrpura; o Espírito Santo é corporificado como uma pomba branca, frequentemente diante de um fundo verde → Fig. 18. A pomba é um animal simbólico, pois é sabido, desde a Antiguidade, que as pombas são capazes de voar longas distâncias e ainda assim retornar ao lugar original. O Espírito Santo vem de Deus como uma pomba branca e a ele retorna.

O Espírito Santo revelou-se aos apóstolos, em seguida atribui-se a ele o verde como cor pela qual ser reconhecido. Os bispos se consideram seguidores dos apóstolos, por isso o seu emblema é um chapéu verde, em memória às peregrinações feitas pelos apóstolos para difundir o cristianismo.

13. O verde venenoso

O venenoso: verde 45% · amarelo 20% · violeta 8%

Verde é a cor de tudo que é venenoso. Surpreendentemente verde também é a cor da saúde, para significar isso o violeta não serve. Quando se pensa em "venenoso" pensa-se logo no "verde veneno", a conexão que coloquialmente se faz entre o que é verde e o que é venenoso, e que só existe na Alemanha. Com isso fica demonstrado que até mesmo um único clichê idiomático pode determinar um efeito cromático. "Verde veneno" (*Giftgrün*) é um tradicional conceito alemão. Ninguém conhece um "vermelho veneno", embora vermelho seja a cor do perigo. Ninguém nunca ouviu falar em "azul veneno", em que pese o fato de não nos alimentarmos com nada que seja dessa cor. Se nos oferecessem macarrão tingido de azul ou *chantilly* azul, com certeza acharíamos esses itens repulsivos.

O verde se tornou a cor do veneno em função da tinta usada para pinturas artísticas. Desde a Antiguidade se conhecia um verde luminoso, que era obtido a partir de chapas de cobre que, tratadas com vinagre, produziam azinhavre. Esse azinhavre era raspado e misturado com cola ou gema de ovo, ou ainda com óleo, como aglutinantes – desse modo era produzida a tinta. Esse é o verde intenso que vemos nos telhados de cobre, que é também chamado de "verde cobre", e que tem efeito tóxico.

Em 1814, uma empresa fabricante de corantes de Schweinfurt obteve êxito na produção de um verde ainda mais intenso, a partir da dissolução das chapas de cobre em arsênico. Esse novo verde recebeu o nome de "verde de Schweinfurt". Porém ele logo chegou aos mercados sob muitas outras designações, como "verde imperial"; contudo, o verde era, em geral, batizado com o nome do lugar em que era fabricado, "verde de Leipzig", "verde suíço" – todos esses nomes pareciam querer dissimular o fato de que esse verde ainda era venenoso. Aliás, o arsênico é um dos venenos mais fortes. Não era apenas sua fabricação que causava malefícios à saúde – mesmo depois de processado, esse verde continuava perigoso, pois o veneno se dissolvia com a umidade e o arsênico, invisível, evaporava.

Verde era a cor predileta de Napoleão, e foi a cor que o levou à ruína. Seu exílio em Santa Helena era todo atapetado de verde. Há algumas décadas,

químicos franceses examinaram o que sobrou dos restos mortais de Napoleão, para investigar se ele havia efetivamente morrido por causas naturais, em 1821, aos 52 anos. O que eles descobriram foi uma grande quantidade de arsênico em seus cabelos e nas unhas. Mas Napoleão não foi envenenado por seus guardas. No clima úmido de Santa Helena, o arsênico contido na tapeçaria verde das paredes, na forração dos móveis e nos couros verdes foi se dissolvendo. Napoleão morreu insidiosamente envenenado por arsênico.

Napoleão não foi o único a morrer assim. No início do século XX o verde à base de arsênico foi proibido em todo lugar. O *schweinfurter grün* ainda existe como cor de aquarela, uma imitação atóxica. Somente os restauradores conseguem ainda comprar o verdadeiro *schweinfurter grün* – só para os que dispõem de licença especial para lidar com venenos.

14. O verde horripilante

Qual é a cor de um dragão, de um demônio ou de um monstro? “Verde”, responde a maioria, de modo espontâneo. Por quê? Porque essa é mais “anti-humana” das cores. Qualquer coisa cuja pele seja verde não pode ser humana, não pode nem ser um mamífero, pois não existem mamíferos verdes. Pele verde nos remete a serpentes e lagartos, animais repulsivos para muitos, e a dragões e outras criaturas míticas que amedrontam. Até mesmo o sapo da fábula, que vira príncipe, é um bicho nojento. Os seres das fábulas modernas também são verdes. Os extraterrestres de Marte, por exemplo, parecem ser criaturinhas verdes.

O diabo é frequentemente descrito como uma mistura de serpente e dragão. Um dos diabos mais criativos na pintura é verde venenoso, e tem, no verdadeiro sentido da palavra, uma “*ass-face*” (tem um rosto desenhado no traseiro) → Fig. 40. Quando acontece de o diabo aparecer em forma humana, ele está frequentemente vestido de verde, como um caçador; pois ele é o caçador das almas. E em nossa fantasia, todos os seres demoníacos têm olhos verdes.

Os demônios da Europa são, em sua maioria, verdes e pretos. Pela simbologia antiga, o preto transforma toda e qualquer cor que a ele se associe em seu oposto. Verde, a cor da vida, quando se combina com o preto, forma o acorde da aniquilação.

Amarelo e verde são as cores da bile – consequentemente da mágoa eterna. Em inglês, o verde está intimamente associado à inveja. A expressão *a look with green eyes* não está se referindo à cor dos olhos, e sim a um olhar cheio de raiva. Um perfume masculino Gucci, chamado “Envy” (inveja), é verde-claro.

Aqui se separam as culturas: no Islã, a conexão entre o mal e a cor verde é simplesmente inimaginável. O mesmo vale para a China. Lá também não existem dragões malvados, pois lá o dragão é símbolo da humanidade e do imperador. Aos dragões estão incorporadas muitas características boas: um dragão verde é o símbolo da primavera e da fertilidade.

Na França acontece o oposto: lá, para os supersticiosos, o verde é inclusive a cor da infelicidade. Muitos franceses jamais dirigiriam um carro verde. Se um francês disser: “*Je suis vert”* (estou verde), isso significa que ele está furioso. Os franceses ficam “verdes de raiva”. Inclusive entre os alemães é frequente o verde ser citado como cor de raiva.

15. A cor da burguesia

Com folhas frescas de bétula, de amieiro e da macieira, e com a casca dessas árvores, pode-se fazer tintura para tecidos. Também com milefólio, urze, musgos, líquenes e samambaias. O tingimento é simples: a lã é lavada com uma lixívia para que possa receber a cor, e então é colocada ali de molho junto com as plantas, durante algumas horas, às vezes até por dias. Essas cores eram mais baratas e não eram venenosas, embora infelizmente os tons de verde assim obtidos fossem apenas de um verde pálido ou pardacento. E eles desbotavam com facilidade, na lavagem ou quando expostos à luz. Em virtude dessa instabilidade, o verde também se tornou a cor simbólica da infidelidade. Numa canção folclórica francesa, um cavaleiro se queixa de sua amada: “em vez de azul, ela só usa verde” – ou seja, ela lhe era infiel.

O verde mais intenso exigia um tingimento em duas etapas: primeiramente se tingia de amarelo, com açafrão, flor de cardo ou erva amarela → Amarelo 11, e em seguida de azul, com glasto ou índigo. Somente assim era possível tingir-se tecidos em tons fortes de verde. Quanto mais luminoso o verde, mais aristocrático.

Na tela *As núpcias dos Arnolfini*, de Jan van Eyck (1434) → Fig. 37, a noiva veste um manto verde luminoso. Todos sabiam que ela era muito rica. O senhor Arnolfini, o noivo, traja um manto de pele nobre, marrom escuro; ele era banqueiro, porém não era nobre – se não fosse por isso, ambos os nubentes estariam vestidos de vermelho. Sua riqueza pode ser apreciada também pelos fartos mantos: pregas em abundância, cauda e, nas amplas mangas, uma sequência de plissados – isso numa época em que os tecidos eram tão caros que “ser rico” era sinônimo de “estofar-se”. Apesar de que, já ao primeiro olhar, a riqueza era perceptível pelo verde luminoso do quadro.

Um decreto de Brunswick, de 1653, faz com que tenhamos noção de quão regulamentadas e de quantas prescrições havia com relação às cores das vestimentas – e isso durante séculos a fio; esse decreto estabelecia, inclusive, sobre as cores das arcas de madeira nas quais as mulheres guardavam seus dotes: “para as de primeiro escalão, arcas vermelhas; segundo escalão, verde e vermelho; terceiro, verde-claro e escuro, e para o quarto escalão de colorido discreto.” O vermelho é a cor da nobreza; verde, a cor da burguesia, e aí existe

ainda uma subdivisão: um verde mais fraco, como o verde-claro ou o verde-escuro para os burgueses mais pobres; o verde puro para a alta burguesia.

Nos retratos antigos, caso houvesse um fundo verde, isso demonstrava que os retratados eram burgueses. O verde é a cor característica da burguesia.

Também a Mona Lisa de Leonardo da Vinci (1503) trajava um vestido verde. Até os nossos dias não se sabe quem foi Mona Lisa – só do que se tem certeza é que ela não pertencia à nobreza.

Na Câmara dos Comuns, na Grã-Bretanha, o parlamento eleito pelo povo, as cadeiras são verdes. Na Câmara dos Lordes, à qual apenas os nobres têm acesso, as cadeiras são vermelhas.

16. Por que o verde e o azul não combinam?

O verde e o azul “se mordem” – isso faz tempo que a sabedoria popular alemã sabe. No vestir-se, combinar o verde com o azul consiste em falta de gosto, anunciam os “conselheiro de cores” da moda, cuja opinião jamais foi solicitada. Como é que se chega a essas regras do bom gosto? A Teoria das Cores de Goethe pode informar a respeito. Para mais detalhes sobre a teoria das cores de Goethe → Cinza 17.

Em sua teoria, Goethe fez uma representação sob a forma de um círculo de cores, para “simbolizar a vida do espírito e da alma humanos”. Nesse círculo, ele classificava as cores em categorias intelectuais, nomeadamente a razão, a inteligência, o sentimento ou a fantasia; e também em categorias morais – o belo, o nobre, o útil. Goethe não o diz, porém indiretamente ele classificava as cores de acordo com o *status* social delas; de acordo com a simbologia cromática medieval, é possível constatar quais cores convinham a cada classe social – foi sobretudo esse princípio que Goethe seguiu em sua classificação.

O verde é a cor da burguesia – Goethe denomina essa cor de “útil”, como de fato o são os comerciantes, os artesãos e os empregados. Azul é a cor dos trabalhadores – Goethe a denomina “comum”, que é uma velha palavra para designar “costumeiro, ordinário”. Entre os burgueses e os trabalhadores, as relações de comércio e os casamentos eram sempre possíveis, mas, naturalmente, do ponto de vista dos burgueses, essas ligações eram indesejáveis; a burguesia se distanciava ostensivamente dos trabalhadores – sendo assim, naturalmente que o verde e o azul tinham que se morder!

Sobretudo depois da Revolução Francesa, em 1789, os burgueses começaram a substituir as normas policialescas que estabeleciam as regras das cores das roupas por normas baseadas no bom gosto, e que deveriam corresponder às regras morais. “*Grün und Blau schmückt die Sal”* (de verde e azul se enfeita a porca), costumava se dizer na Alemanha. Essa regra não foi inventada por Goethe; também na Inglaterra existe o ditado*: “blue with green should never be seen”* (o verde e o azul não deveriam nunca ser vistos juntos).

Alguns séculos antes, os nobres costumavam usar, na luxuriante corte do duque de Berry, ostentatórios trajes azuis e, sobre eles, luminosas meias verdes. Também a senhora Arnolfini trajava, sob seu manto luminosamente verde, uma

vestimenta azul – ambas eram cores que só os ricos estavam autorizados a usar, cores que idealmente se harmonizavam. Foi somente quando o ramo têxtil se desenvolveu a tal ponto que os tecidos em cores luminosas tornaram-se acessíveis a todos, foi somente quando os operários começaram a usar azul, só então o azul e o verde passaram a destoar. Vê-se, portanto, que não era uma questão que envolvesse as cores.

Os que conhecem esse histórico compreendem também o porquê de, a partir de meados do século XX, quando a Alemanha se tornou uma verdadeira democracia, ter ocorrido uma transformação, passando a se disseminar o apreço exatamente pela combinação desses tons. Desde então, o verde e o azul passaram a combinar de novo, chegando eventualmente a constituir tendência na moda. Só mesmo as pessoas mais antiquadas continuam aferradas à moda antiga – sem conhecer o histórico, sem verdadeiramente perceber o efeito produzido por essas cores. Pois quem terá a coragem de jamais dizer que um céu azul, estendido sobre uma paisagem verde, é de mau gosto? Tanto faz de que tom de azul esteja o céu, se é um tom de *azurro* ou de azul noite, e tanto faz também se a tonalidade do verde é verde campina ou verde árvore. Diante de tantos sentimentos positivos, o verde ainda permanece em absoluta harmonia, quando acompanhado do azul.

AS CATEGORIAS SENSORIAIS E MORAIS DE GOETHE E SUA RELAÇÃO COM A SOCIEDADE

17. O extravagante vestido de seda verde

Embora em séculos passados o verde fosse muito popular como roupa de uso diário, no vestuário para festas essa cor não era apreciada, porque à noite, à luz de velas, os tecidos verdes se tornavam apagados e pardacentos.

Não existem corantes naturais com que se produzir um verde vigoroso. Em 1863, o químico Eugen Lucius desenvolveu um corante que produzia um verde luminoso, ao qual ele deu o nome, bem ao espírito de seu tempo, baseado em sua estrutura química: verde aldeído. Ele fundou, ao lado de dois sócios, a empresa "Meister, Lucius e Brüning", para comercializar o verde aldeído. As oportunidades de mercado eram más, pois a demanda de verde para a indumentária diária estava coberta; todas as cores ficavam mais luminosas em seda, mas a demanda de vestidos de noite verdes era limitada. Mesmo assim, Lucius e seus sócios conseguiram convencer um fabricante de seda de Lyon da excelência de seu corante verde. Eles fecharam um acordo: os tintureiros de Lyon se comprometeram, pelo prazo de um ano, a comprar todo o verde aldeído produzido, e seus fabricantes se comprometeram a vender com exclusividade para eles.

Esses tintureiros da seda mantinham boas relações com a corte parisiense, com a imperatriz Eugênia, mulher de Napoleão III. Ela tinha fama de ser a mulher mais bela do mundo, ninguém a ultrapassava em elegância. Quando, uma noite, a imperatriz compareceu à ópera num vestido de seda verde aldeído, e quando esse vestido, sob a luz dos lampiões a gás, brilhou de uma forma indefinível, o verde aldeído virou sensação na moda. Dessa firma, "Meister, Lucius e Brüning", veio a surgir mais tarde a indústria Hoechst.

Após esse êxito, a indústria farmacêutica passou a introduzir muitos corantes verdes no mercado. Ao verde aldeído seguiram-se o verde de iodo, o verde de metil e o verde de "azeite de amêndoas amargas" – todos extremamente tóxicos. O corante feito à base do azeite de amêndoas amargas contém o mesmo veneno que dá a essas amêndoas seu odor característico: arsênico.

A impressão que um vestido verde pode causar não depende apenas da nuance da cor; mais fortemente do que acontece com as outras cores, o verde depende do tecido com que foi tingido. Em tecidos opacos o verde transmite uma impressão de coisa barata, até mesmo vulgar. Os uniformes verdes da

polícia alemã produzem uma impressão bem menos elegante do que os uniformes azuis ou pretos de seus colegas ingleses e franceses. E os casacos e ternos nos tons verde *loden* ou verde-escuro jamais parecem elegantes; são, quando muito, práticos.

Em compensação, em tecidos brilhantes o verde fica muito chamativo – mais extravagante do que elegante. Exagerando um pouco: o verde durante o dia é trivial, à noite é vulgar. Por isso, no poema de Wilhelm Busch, a digna tia admoesta assim a espevitada, nada dócil Helena:

> *Du ziehst mir nicht das Grüne an,*
> *weil ich's nun mal nicht leiden kann.*
> [Não me apareça aqui vestida de verde
> É uma cor que não suporto de modo algum!]

18. A cor que acalma

O tranquilizador: verde 38% · azul 24% · branco 8% · marrom 6%
O abrigo: verde 24% · marrom 20% · azul 19% · vermelho 9%

"O verde alegra a vista, sem cansá-la", estabeleceu Plinius. Por isso seu contemporâneo, o imperador Nero, durante os espetáculos circenses – em que prisioneiros eram devorados por leões, e tanto homens quanto leões ficavam cobertos de sangue – para aliviar seus olhos dessas visões, costumava observar o espetáculo através de uma lente plana, feita de esmeralda polida.

Goethe diz, a respeito do efeito calmante do verde: "Para quando não mais desejamos nem suportamos. Para isso, para aposentos em que se deve permanecer por muito tempo, o verde é a tonalidade de forração mais escolhida." Na época em que viveu Goethe, a cor preferida das salas de estar era verde.

Nos teatros ingleses, os camarotes dos atores são sempre verdes, por isso são chamados de *green rooms*. Num aposento verde, os atores podem descansar seus olhos da luz dos holofotes, constantemente lançada sobre o palco.

A cor de identificação do famoso analgésico Aspirina é um verde azulado. E seu acorde sinaliza tranquilidade sem fadiga.

O verde é a mais calmante dentre todas as cores, é a cor do sentimento de estar em segurança. Azul-verde é também o acorde → da descontração.

Kandinsky, ao contrário, um dos primeiros pintores não figurativos, e que por causa disso dedicou-se intensamente a distinguir uma das outras as impressões sugeridas pelas cores, não diz muita coisa de bom acerca da cor verde:

> "O verde absoluto é a cor mais tranquila que existe: ela não se move em direção alguma e não se faz acompanhar por qualquer tom de alegria, tristeza ou paixão; nada exige ou evoca. Essa ausência constante de movimento é uma característica que atua de forma positiva sobre as pessoas e os espíritos que estão cansados; mas, depois de algum tempo, todo esse sossego vai se tornando monótono. Os quadros que são pintados em verde harmonia dão testemunho disso… o verde passa a agir apenas de forma monótona, tediosa… A passividade é a mais característica propriedade do verde absoluto, e ela vem perfumada de um tipo de untuosidade, de autossuficiência. Portanto, o verde absoluto é, no domínio das cores, o que no âmbito humano costumamos chamar de burguesia: é um tipo de elemento imóvel, autocomplacente, um elemento limitante em todas as direções. Esse verde é como uma vaca gorda que está ali deitada, muito saudável, imóvel, capaz de se preocupar apenas com seu constante ruminar, contemplando o mundo com um olhar letárgico e estúpido."

Ninguém escreveu de forma tão negativa sobre o verde quanto Kandinsky.

De uma forma geral, a cor verde não era muito popular na pintura do século XX. Temas sobre paisagens não estavam mais em moda, foram ultrapassados pela fotografia.

Quando a cor se converteu em tema autônomo da pintura, quando não interessava mais o que estava representado ali e sim a cor em si, o verde passou a não ser mais procurado, apareceu apenas como uma mistura ambivalente entre o azul e o amarelo. Mondrian também detestava o verde, considerava-o uma cor supérflua. A cor verde não é jamais vista nos quadros construtivistas de Mondrian.

O que a alguns tranquiliza, a outros aborrece – ao verde, isso pouco importa.

19. A cor da liberdade e da Irlanda

No século XIX, o verde foi a cor dos movimentos burgueses que se ergueram contra o domínio absolutista. Verde é a liberdade.

Seguindo o modelo da bandeira tricolor francesa, surgiu a bandeira italiana verde-branca-vermelha. O vermelho e o branco representavam as antigas cores da Itália; já o verde simbolizava “o direito dos homens à liberdade e à igualdade”.

Na Irlanda, o verde tem um significado especial. Ele é a cor nacional da “Ilha Verde”. Além disso, na Irlanda, verde é a cor do catolicismo, desde que o rei inglês Guilherme de Orange colocou a Irlanda sob seu domínio. Guilherme de Orange era protestante; a cor da casa dos Orange era laranja e, dessa forma, os católicos irlandeses declararam o laranja a cor dos protestantes, e o verde a cor nacional irlandesa, a cor do catolicismo. O símbolo da Irlanda é o trevo de três folhas, instrumento com o qual São Patrício explicou aos irlandeses a trindade de Pai, Filho e Espírito Santo.

O dia 17 de março é o dia de São Patrício, feriado nacional na Irlanda. Em Chicago, onde vivem muitos imigrantes irlandeses, o rio Chicago – tipicamente americano – é artificialmente tingido de verde.

20. Os naipes se aprendem na mesa verde

"Reconhecer as cores", se diz em alemão. Aqui dizemos "aprender os naipes". A expressão vem do jogo de cartas. Copas, ouros, paus e espadas são, nas cartas dos jogos, os assim chamados "naipes franceses"; os naipes, em alemão, se chamam: corações, sinos, bolotas e verdes – também chamados de folhas – correspondendo, respectivamente, a nossos naipes, citados acima (na Alemanha: *Herzen, Schellen, Eicheln und Grün/Laub*).

"Verde" – ou folhas – corresponde ao naipe francês espadas. O ditado "o mesmo em verde" (*dasselbe in Grün*) refere-se à diferença entre a designação de naipes alemã e francesa – uma diferença que não muda nada. "*Ach, du grüne Neune!*" (Ah! Você, nove verde!) – também essa antiga expressão, indicadora de surpresa, provém do jogo de cartas.

Quando ainda não existia televisão, a mesa de jogos fazia parte da decoração de toda boa casa burguesa. Essa mesa de jogos, em torno da qual as pessoas se sentavam juntas para jogar cartas e dados, era forrada com feltro verde, pois o verde é agradável para os olhos, faz um bom contraste com as cartas e com os dados. As mesas de bilhar também são, tradicionalmente, revestidas de feltro verde. A alegação "ter tido que decidir alguma coisa na mesa verde" (*etwas am grünen Tisch entschieden zu haben*) indica que toda decisão tem, eventualmente, alguma conotação de jogo.

Também nos auditórios e nas bibliotecas, os tampos das mesas ganharam revestimento verde. Nos ambientes nobres usava-se couro verde, nos mais modestos usava-se feltro ou linóleo verde. Eis o ambiente burocrático das mesas verdes: os que "só fazem planos sentados às mesas verdes" jamais viram a realidade de perto.

21. O verde funcional

A credibilidade / a segurança: verde 27% · azul 22% · branco 10% · marrom 9% · ouro 9%

Os semáforos desempenham um papel importante na vida moderna; consequentemente, essa simbologia foi universalizada. Também nos edifícios cartazes verdes sinalizam acesso livre, saídas de emergência são iluminadas de verde. Em geral os caminhos para socorro são demarcados com setas brancas sobre um fundo verde.

A simbologia dos semáforos foi adotada no dia a dia. Quando alguém "dá sinal verde a alguém", simboliza que está apoiando a intenção da outra. Os que estão passando por "uma onda verde", quer dizer que estão vivendo sucesso após sucesso na vida. "Isso está em área verde", costuma-se dizer, quando alguma coisa está em ordem.

O *green card* norte-americano dá ao turista "sinal verde" para visitar os Estados Unidos, é a permissão para permanência por tempo ilimitado e também para o trabalho.

A cor "verde padrão" é um verde-escuro, cinzento. É tido como a mais agradável das cores para ser observada por períodos longos, por isso é adotado como cor padrão para as lousas escolares. Muitas máquinas também são laqueadas em verde padrão. A padronização da cor garante que peças de substituição e novas aquisições serão incorporadas a ela sem problemas. Garrafas de vinho são, em sua maioria, verdes. O motivo: o verde-garrafa é a espécie mais em conta de vidro. O vidro âmbar fornece melhor proteção, por isso ele é obrigatório para vidros de remédio.

Os uniformes dos cirurgiões são também, por uma questão de funcionalidade, verdes. Além da ação calmante que confere aos olhos do cirurgião, os uniformes verdes têm a vantagem de que o sangue, caindo sobre um tecido verde, fica marrom, assustando menos. Aqui o verde atua também como cor complementária ao vermelho: se alguém se concentrar em alguma coisa vermelha, como um ferimento, e depois olhar para uma superfície branca, verá um quadro fantasma esverdeado que poderá exercer um efeito irritante. Porém, ao olhar para o verde dos uniformes cirúrgicos, considerará a formação fantasma ilusória.

22. As cores das estações de Itten. Impressões cromáticas individuais e compreensão universal

A primavera: verde 62% · amarelo 18% · azul 6% · rosa 5%
O verão: amarelo 38% · **verde 28%** · laranja 9% · vermelho 9%
O outono: marrom 48% · ouro 22% · laranja 12% · amarelo 10%
O inverno: branco 60% · cinza 16% · prata 10% · azul 10%

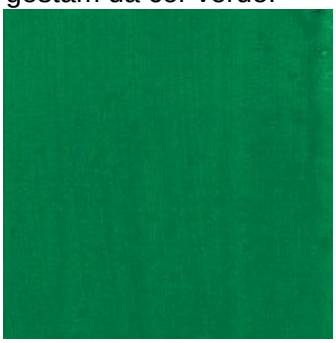
O artista, professor de arte e teórico das cores Johannes Itten tomou as cores das estações do ano como exemplo "de que as sensações transmitidas pelas cores e a vivência que temos delas podem ser compreendidas de maneira bastante objetiva, embora cada pessoa veja, sinta e considere as cores de modo absolutamente pessoal".

Itten viveu isso na prática, de forma frequente, pois seus alunos fizeram com que visse quão individualmente as cores atuavam sobre eles, que a percepção que cada um deles tinha das cores era única – atitude muito difundida entre os pintores. A contraprova de Itten eram as quatro figuras totalmente vazias das estações do ano: cada figura consistia de quadrados, diferentes eram apenas as cores que cada um continha, típica de cada estação do ano. Os "quadrados da primavera", para Itten, são amarelo-claro, amarelo-esverdeado, amarelo azulado e rosa. Esses são os tons suaves, claros, que todas as pessoas associam à primavera – inclusive os alunos de Itten → Fig. 39. Nas cores de verão de Itten dominam o verde suco e o amarelo; nas cores de outono, o marrom, o laranja e o violeta → Fig. 100; nos quadrados de inverno, o branco, o cinza e o azul.

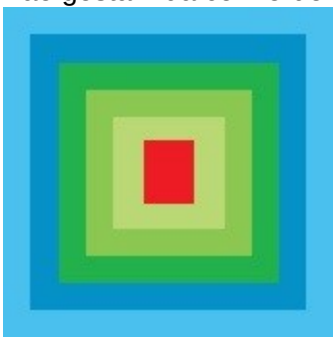
Se mostrarmos os acordes cromáticos das estações do ano que resultaram da pesquisa feita por este livro a alguns observadores, para que classifiquem as estações do ano com base neles, obteremos o mesmo resultado. Todos puderam imediatamente associar cada uma das figuras contendo o acorde cromático à estação do ano adequada → Figs. 38 e 99.

Assim como as figuras das estações do ano de Itten, da mesma forma deverão ser compreendidos os acordes contidos neste livro: apesar dos sentimentos individuais, existe uma compreensão que é universal.

34 Cor verde típica entre os que gostam da cor verde.



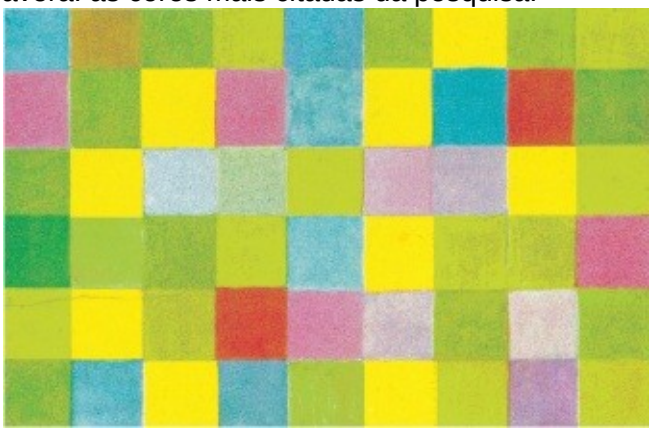
35 Cor verde típica entre os que não gostam da cor verde.



36 O vermelho dá a impressão de estar na frente, o azul, atrás; o verde é a cor do meio.

37 O verde, como cor intermediária, é também a cor da burguesia. A burguesa Sra. Arnolfini casou-se vestida de verde. A cama vermelha que se vê atrás é um símbolo de seu alto *status*: as roupas vermelhas só eram facultadas à nobreza – mas uma cama toda forrada de vermelho, contra o mau olhado, era permitida aos que pudessem custeá-la – os tecidos vermelhos eram absurdamente caros.

38 As cores da primavera: as cores mais citadas da pesquisa.



39 As cores da primavera segundo Itten: ele comprovou, com suas representações das estações do ano, que, de modo geral, as cores são percebidas da mesma maneira.

40 O verde demoníaco: o demônio mais bonito da pintura medieval – observem seu traseiro!

41 O verde sagrado do Islã. Verde era a cor predileta de Maomé, ele é sempre representado com o rosto velado.

42 A Arábia Saudita era o lar de Maomé, na bandeira verde está escrito: “Não existe outro Deus senão Deus, e Maomé é seu profeta.”

43 Osíris, o deus egípcio, deus da vida e da fertilidade, tem pele verde.

PRETO

A cor do poder, da violência e da morte.

A cor predileta dos *designers* e dos jovens.
Cor da negação e da elegância.

Aliás, o preto é uma cor?

Quantos tons de preto você conhece? 50 tons de preto 1. O preto é uma cor?

2. Quanto mais jovem, maior a preferência pelo preto
3. O preto é o fim
4. A cor da dor. Regras para os trajes de luto
5. A cor da negação: o preto transforma amor em ódio
6. Preto com amarelo: egoísmo e culpa
7. Preto com violeta: misterioso e introvertido. Os signos zodiacais negros
8. A cor da sujeira e do mau
9. A cor do azar
10. De cor dos sacerdotes a cor dos conservadores
11. O desaparecimento das cores da Idade Média
12. Tinturas bonitas e tinturas pretas
13. O preto vira moda no mundo inteiro
14. A cor dos protestantes e das autoridades
15. As noivas trajavam preto
16. A cor da elegância
17. Por que a roupa preta é sempre preferida?
18. Sobrenomes e cores
19. O maravilhoso negro africano. Maquiagem para a pele escura
20. Ilegalidade e anarquia
21. O preto dos fascistas e da brutalidade
22. Preto-vermelho-ouro: por que a bandeira da Alemanha está errada?
23. Apertado e desajeitado, duro e pesado
24. A mais objetiva das cores. A cor predileta dos *designers*
25. Manipulação com cores

Quantos tons de preto você conhece? 50 tons de preto

Preto marfim? O marfim é branco!, pensa o leigo – antigamente se queimavam fragmentos de marfim em recipientes de ferro, obtendo-se daí um pó de um preto profundo.

Nomes da cor preta na linguagem comum e na linguagem dos pintores: Cinza Payne Preto acastanhado Preto alcaçuz Preto alcatrão Preto amora Preto ardósia Preto asfalto Preto azulado Preto breu Preto carvão Preto cavalo negro Preto caviar Preto cinzento Preto coque Preto corvo Preto de anilina Preto de antracite Preto de carbono animal Preto de Frankfurt Preto diamante Preto dominó Preto ébano Preto esverdeado Preto fuligem Preto fumaça Preto grafite Preto inferno Preto jato azul Preto laca Preto lamparina Preto linhito Preto manganês Preto marfim Preto meia-noite Preto mourisco Preto nanquim Preto noite Preto ônix Preto osso Preto oxidado Preto óxido de ferro Preto pigmento Preto profundo Preto terra Preto tinta Preto turmalina Preto universal Preto veludo Preto vinhas Tinta indiana

1. O preto é uma cor?

Essa é uma das perguntas preferidas, se o preto é uma cor. Alguns estão totalmente convencidos de que o preto não é uma cor – porém não sabem dizer por quê. Contudo, ainda que o neguem, essas pessoas sem sombra de dúvida veem o preto e lhe conferem uma simbologia que não pode ser comparada à de nenhuma outra cor.

O impressionismo não reconheceu o preto como cor. Essa tendência pictórica, que teve início na França em 1870, foi mais popular do que todas as outras que a ela se seguiram; ainda para os críticos atuais, os quadros impressionistas são o suprassumo da beleza. O impressionismo tem um só tema: a cor. Tanto fazia o que estivesse representado, tanto fazia o que o quadro quisesse dizer; por isso nos quadros se veem muitas flores bonitas, mulheres bonitas, lindas paisagens – tudo isso servindo para produzir efeito pelas cores utilizadas. No tempo em que o impressionismo se transformou em corrente artística, o mundo se encontrava fascinado pela fotografia. Chegaram então a temer o fim da pintura: fotografias eram muito mais baratas do que pinturas – apesar de que, naquele tempo, não existiam ainda fotografias coloridas – mas as fotos em preto e branco podiam ser facilmente pintadas. Muitos pintores que viviam de pintar retratos ficaram sem trabalho. Antes disso, os artistas bem formados tinham sempre boas oportunidades de trabalho; foi somente com o advento da fotografia que surgiu a ideia da pintura como arte não lucrativa.

O impressionismo reagiu à fotografia. Os pintores passaram a fazer o que as fotografias não podiam: os pintores não reproduziam simplesmente as cores das coisas, eles mostravam os efeitos mais puros e intensos das cores. Na pintura impressionista, a luz branca do dia é decomposta, como através de um prisma, nas cores do arco-íris, e com uma multiplicidade de manchas de diversas cores se conseguia transmitir a impressão de um quadro inundado de luz.

A soma de todas as cores do arco-íris é branca. O preto é a ausência de todas as cores. Desse modo, o preto foi declarado uma “não cor”.

Pintar com tinta preta era uma prática censurada; até mesmo as cores escuras deveriam ser obtidas com o azul, o vermelho e o amarelo combinados; a escuridão não deveria ser representada por uma única cor, ela deveria ser, antes, um efeito visual.

A teoria era convincente; a práxis, entretanto, nem sempre era assim. Auguste Renoir, precursor do impressionismo, mais tarde foi questionado: “Quer dizer então que a única inovação do impressionismo foi a abolição do preto, essa ‘não cor’?” Renoir respondeu: “O preto uma ‘não cor’? De onde vocês tiraram isso? O preto é a rainha das cores. Eu sempre abominei o azul da Prússia. Eu bem que tentei substituir o preto por uma mistura de vermelho e azul – mas para isso eu utilizei o azul cobalto ou azul ultramarino; e, no final das contas, acabei voltando para o preto marfim.” Renoir chegou a chamar o preto de “rainha das cores”.

Van Gogh, artista que superou a falta de conteúdo do impressionismo, e que foi um dos primeiros expressionistas, teve o mesmo problema com a cor preta. Seu irmão, o único a acreditar em sua pintura, escreveu-lhe dizendo que ele não deveria utilizar o preto. Van Gogh lhe respondeu: “Não, o preto e o branco têm a sua razão e a sua importância, e quem os deixa de lado não se sai bem.” Para ele, o preto das cores das tintas não era suficientemente escuro; ele costumava produzir um preto mais intenso misturando-o com índigo, terra Siena, azul da Prússia e Siena queimado. “Quando ouço as pessoas dizerem que, na natureza, o preto não existe, respondo que, se for assim, nas cores também não existe o preto.” E ele perguntava a seu irmão: “Será que você mesmo entende, realmente, o que quer dizer quando fala em ‘não se utilizar o preto’? Sabe o que quer dizer com isso?” Estas perguntas deveriam ser feitas a todos, ele dizia, que alegam que o preto não é uma cor.

À pergunta teórica: “O preto é uma cor?”, resta como resposta teórica: o preto é uma cor sem cor.

2. Quanto mais jovem, maior a preferência pelo preto

O preto é a cor preferida de dez por cento das mulheres e homens. Para nenhuma outra cor essa preferência fica tão patentemente determinada em função da idade – melhor dizendo, da pouca idade: dentre os homens dos 14 aos 25 anos, 20% citaram o preto como cor predileta; dentre os de 26 a 49 anos, apenas 9%; dentre os acima de 50 anos, nenhum citou o preto como cor predileta. Entre as mulheres, o gosto pelo preto também oscila com a idade. Cerca de 15% das mulheres jovens citaram o preto como cor predileta; dentre as com mais de 50 anos, apenas 6%. Quanto mais idade se tem, menos se aprecia o preto.

OSCILAÇÃO NA PREDILEÇÃO DAS CORES NO DECORRER DA VIDA

A influência da idade na avaliação do preto fica evidente também nas cores menos apreciadas. Até os 25 anos, 2% mencionam o preto como “a cor que menos agrada”. Acima dos 50 anos, 11%.

Tabela das cores menos apreciadas no decorrer da vida → Marrom 1.

O motivo: os jovens pensam no preto como roupa da moda e carros caros; os idosos pensam na morte.

Até mesmo os “prenomes pretos” entre os jovens são muito populares. “Preta” em grego é “Melanie”, em inglês “Pamela”, em italiano “Morena” – e há também o pérsico “Laila”. Dentre os derivados do nome latino “Mauritius”, que significa “o mouro”, os nomes mais apreciados entre os jovens são “Maurice” na França, “Morris” na Inglaterra, e “Moritz”, na Alemanha.

3. O preto é o fim

O fim: preto 56% · cinza 15% · branco 12%

Branco-cinza-preto é o espectro das cores acromáticas; branco é o começo, preto é o fim. O branco é composto de todas as cores da luz, o preto é a ausência de luz. Caso sejam misturadas não as cores da luz, mas cores palpáveis, materiais, obtém-se, a partir da mistura do vermelho, do azul e do amarelo, como somatório de todas as cores, o (quase) preto.

O preto mais profundo do mundo é o do veludo preto. No universo existe um preto ainda mais profundo, obtido pela ausência absoluta de luz. Os físicos que querem demonstrar a existência do "preto absoluto" revestem uniformemente de fuligem o interior de uma esfera; quando então olhamos, através de um pequeno orifício, para dentro da esfera, vemos um preto tão preto que todos os outros materiais pretos, em comparação, parecem ser só cinza escuros.

Tudo termina em preto: a carne decomposta fica preta, assim como as plantas podres e os dentes cariados. Na Alemanha, quando alguém fica muito irritado, dizem que "ficou preto de raiva". Por isso, quando alguém se enfurece, costuma ouvir o conselho: "espere até você ficar preto". Piadas ofensivas, de mau-gosto, são chamadas de "piadas de humor negro". Cronos, o deus do tempo, se veste de preto. Quando uma pessoa é acometida por um *blackout*, fica tudo escuro, a pessoa não se lembra de nada.

O pintor Wassily Kandinsky descreve o preto do seguinte modo: "Como um nada sem possibilidades, como um nada morto, após a extinção do sol, como um eterno calar, sem futuro e sem esperança: assim soa interiormente o preto."

4. A cor da dor. Regras para os trajes de luto

O luto: preto 80% · cinza 8% · violeta 5% · branco 5%

Os israelitas lidam com seu luto espalhando cinzas sobre a cabeça e vestindo roupas escuras, em forma de saco. É disseminado o costume do descuido exterior como sinal de luto. Esta atitude supõe a renúncia aos trajes de cores alegres e aos adornos. Em algumas culturas, os homens raspavam a barba e o cabelo, em sinal de luto; em outras, ao contrário, deixavam que crescessem as unhas e os cabelos. Por detrás da diversidade de costumes, a ideia é a mesma: o luto pelos mortos faz com que nos esqueçamos da própria vida.

Porém, também aqui, atua o pensamento mágico, “o igual pelo igual”, para curar ou afastar: muitos adotavam o preto para afastar os demônios negros, para não serem apanhados por eles.

Na simbologia cromática cristã, o preto é a tristeza pela morte terrena; o cinza simboliza o juízo final e o branco é a cor da ressurreição. Por isso a cor dos trajes dos que estão enlutados é o preto; no entanto, a cor dos mortos é o branco, pois eles devem ressuscitar. A morte é frequentemente retratada pelo ceifador cruel, que se veste com um manto preto, caso tenha sido enviado dos infernos para buscar um pecador; mas que, caso tenha sido enviado por Deus, estará vestido de branco.

Em muitas culturas, o branco também é usado como cor de luto. Nesse sentido, o branco é considerado não como cor, mas como a ausência de todas as cores. A vestimenta branca de luto é feita com tecido não tingido, simples, jamais brilhante ou luminoso. Assim como o preto, o branco quer significar a renúncia à própria vaidade. Se é o preto ou o branco a cor do luto, isso naturalmente é determinado também pelas ideias religiosas. Os primeiros cristãos, acreditando na vida após a morte, usavam branco nos funerais, porque, para eles, a morte era a festa da ressurreição. Também quando, como no budismo, a morte é encarada como caminho para a perfeição, o preto nunca é a cor adequada para o luto, mas sim o branco.

No Antigo Egito, a cor do luto era o amarelo, pois o amarelo simbolizava a luz eterna. O luto é branco sobretudo entre os povos para quem o preto é símbolo da fecundidade: se a fecundidade é preta, a morte tem que ser branca.

Porém, há uma regra internacional: quanto mais o pensamento religioso

desaparece, mais o preto fica oficializado como cor do luto.

E aqueles que determinam as regras sociais também têm o poder de alterá-las: rainhas de séculos passados trajavam branco para o luto, para se diferenciarem dos enlutados comuns. A rainha Vitória trajava violeta, a antiga cor dos soberanos. O príncipe Charles, no enterro da princesa Diana, foi o único a trajar um terno azul – por quê, continua sendo seu segredo.

Na Europa, atualmente vigem as seguintes regras para os funerais: somente os parentes mais próximos e os amigos mais chegados aparecem totalmente vestidos de preto. Todos os demais trajam azul escuro, cinza escuro ou outras cores discretas. Em geral não se usam tecidos brilhantes, mesmo que sejam pretos; nada de vestidos muito decotados, sofisticação de enfeites e joias exageradas. Porém, também estão vetados trajes de passeio, como *jeans* e jaquetas de couro, nem que sejam pretos. Ternos pretos serão complementados com gravatas, também pretas, ou de cores discretas. Mais importante que a cor é que a vestimenta cause uma impressão solene.

5. A cor da negação: o preto transforma amor em ódio

O amor: vermelho 75% · rosa 7%
O ódio: vermelho 38% · **preto 35%** · amarelo 15%

O preto transforma todos os significados positivos de todas as cores cromáticas em seu oposto negativo. O que soa tão teórico é uma constatação elementar prática: o preto faz a diferença entre o bem e o mal, porque ele faz também a diferença entre o dia e a noite.

O vermelho é o amor; mas vermelho com preto caracteriza o seu oposto, o ódio. A potencialização do ódio é brutalidade, selvageria, características que pertencem ao acorde cromático preto-vermelho-marrom – logicamente, aqui o preto é ainda mais intenso. Sempre que o preto estiver num acorde cromático em companhia do vermelho, do amarelo ou do verde, um sentimento negativo, uma característica negativa será visualizada nele: amarelo-vermelho são as cores da alegria de viver – mas se a esse acorde for acrescentado o preto, obteremos o acorde do egoísmo.

A reversão de todos os valores, essa é a ação mais forte do preto.

6. Preto com amarelo: egoísmo e culpa

O egoísmo: preto 20% · amarelo 16% · vermelho 14% · violeta 12% · ouro 9%

A infidelidade: preto 28% · amarelo 24% · violeta 17%

Amarelo-preto é um dos acordes mais negativos. O amarelo já é carregado de muitos significados negativos, que se fortalecem com o acréscimo do preto. Amarelo-preto é o egoísmo, a infidelidade e → a hipocrisia, todos sentimentos muito mais desprezíveis do que os que são associados a vermelho-preto. Vermelho-preto é o mal que deriva das paixões; amarelo-preto é o mal premeditado.

Preto sobre amarelo são todos os sinais de alerta: Eles sinalizam: “Pense bem no que irá fazer, pois pode se machucar!” O egoísmo também não é proibido, mas é prejudicial.

Todos os sentimentos negativos estão associados ao preto. “Preto”, em grego, é “melas”; e “chole” significa amarelo, mas também “bile”; assim se deriva, da combinação do preto com o amarelo, de “melas” com “cholie”, a melancolia. Antigamente se acreditava que as pessoas melancólicas tivessem o sangue preto.

7. Preto com violeta: misterioso e introvertido. Os signos zodiacais negros

O misterioso: preto 33% · violeta 28% · prata 10% · ouro 8%
A magia: preto 48% · violeta 15% · ouro 10%
A introversão: preto 20% · azul 18% · cinza 16% · prata 10% · violeta 8%

Preto-violeta é um acorde cromático de ação menos negativa, pois é um acorde mais natural: o violeta se liga ao preto no céu noturno.

Violeta e preto são as cores do oculto, da magia. Certamente, para o efeito mágico, o violeta é decisivo → Violeta 9.

A alquimia é, originariamente, a "arte negra", pois "chemi" significa, em árabe, "preto".

A "magia negra" conjura as forças do demônio; as "missas negras" pertencem aos cultos de todos os supersticiosos que esperam obter ajuda do mal.

Contudo, a magia não é negativa em princípio, e o acorde violeta-preto simboliza também as forças ocultas da natureza.

Os astrólogos atribuem a cor preta a Saturno; ele é chamado também de "planeta negro". Saturno era o deus grego do tempo, e o preto é a cor que pertence ao início e ao fim do mundo. Os signos zodiacais "negros" estão relacionados às estações escuras do ano no Hemisfério Norte; são eles Capricórnio, a partir de 22 de dezembro, e Aquário, a partir de 21 de janeiro. Em correspondência à simbologia da cor preta, esses signos são caracterizados por qualidades principalmente masculinas, como força e autoafirmação. Essas qualidades, pela simbologia desses signos, têm um caráter mais extrovertido nos capricornianos e mais introvertido nos aquarianos.

Talvez por ser constituído apenas por puro carbono, aos "signos negros" do zodíaco, como pedra preciosa, é atribuído o diamante.

8. A cor da sujeira e do mau

O mau / o ruim: preto 52% · marrom 15% · cinza 12%

Um “colarinho preto” é um colarinho sujo; o mesmo vale para pés, mãos e orelhas sujas. Há pessoas que invejam tudo nos outros (“cada porcaria”, segundo uma metáfora alemã), até mesmo a sujeira que têm debaixo das unhas. Num sentido figurado, “preto” significa mau e ruim. Aquele que “denigre” a imagem de alguém, está falando mal dele. O crime de chantagem, em inglês, se chama *blackmail*. Uma *bête noire,* em francês, significa um animal preto, o “bicho-papão”. As asas pretas dos morcegos são características do diabo, de acordo com uma antiga simbologia. Existem também, entre as pessoas, as “ovelhas negras”. Caracterizar alguma coisa como “negra” é o que de pior pode ser dito sobre ela.

Os que sempre enxergam “tudo negro” são pessimistas. Quem só vive nervoso e mal-humorado tem o coração negro, ou tem sempre uma “nuvem negra” sobre a cabeça. A *Ilíada* diz sobre Agamênon: “Seu negro coração está repleto de ira selvagem.” Um “olhar negro”, na Inglaterra, é um mau-olhado.

Os que riem ao verem o outro fracassar, os que consideram como engraçados os acidentes, as doenças e a morte, desses dizemos que têm um “humor negro”.

Um símbolo notório de desaprovação, na Inglaterra e nos Estados Unidos, é uma bola preta, a “*black ball*”. Os sócios dos clubes decidem secretamente se o candidato será aceito; cada sócio irá colocar numa urna uma bola branca ou uma bola preta: a branca significa aceitação; a preta, rejeição. Basta uma só bola preta para que a pessoa seja rejeitada. Em virtude disso, a “bola preta” é um símbolo capaz de destruir o sonho de uma vida.

9. A cor do azar

Num “dia negro” acontece o infortúnio. Na bolsa, os “dias negros” costumam cair nas sextas-feiras: na “sexta-feira negra” de 24 de setembro de 1869, o mercado de ouro dos Estados Unidos faliu. Em outra “sexta-feira negra”, o 25 de outubro de 1929, todas as ações despencaram no abismo; os que tinham comprado a crédito – quase todo mundo tinha feito isso – ficaram com dívidas eternas. Outra “sexta-feira negra” na Alemanha foi o dia 13 de maio de 1927; durante anos as ações não se recuperaram daquela repentina queda dos valores – muitos acionistas não se recuperaram nunca mais. Os dicionaristas chegaram a incluir o termo “sexta-feira negra” na lista das “Cem expressões do século XX”.

Existe, na Alemanha, um jogo de cartas chamado “Pedro Preto” (*Schwarzer Peter*). É jogado por quatro pessoas e, no baralho, há uma carta a mais – é como o nosso “mico preto”. Quem ao final ficar com ela, é o perdedor. O nome desse jogo virou proverbial: um perdedor, ou alguém declarado culpado de alguma coisa, é alguém que “ficou com o *Schwarzer Peter*”.

Os supersticiosos temem os gatos pretos, especialmente quando eles cruzam seu caminho vindos da esquerda. As vacas pretas também eram consideradas sinal de desgraça iminente – e as mulheres idosas, porque elas trajavam sempre preto.

Na Alemanha, o sujeito azarado e o “pé-frio” – *Pechvogel* em alemão –, personificações do infortúnio, são chamados de “corvos negros” – *Unglücksrabe*, pássaros de mau-agouro. Como um infortúnio sempre puxa outro, há ocasiões em que parece que a má-sorte grudou na pessoa, virando uma “onda negra de azar”. O gelo que congela no chão, pela ação do frio, forma uma fina camada, invisível aos motoristas, tornando o chão escorregadio também para os pedestres; esse gelo, na Inglaterra, é chamado de *black ice*, gelo preto.

A única figura negra que traz sorte é o limpador de chaminés. Essa superstição foi disseminada por eles mesmos: antigamente, os limpadores de chaminés costumavam enviar suas faturas, no fim do ano, juntamente com um calendário que continha todos os antigos símbolos de boa-sorte: folhas de trevo, ferraduras, porquinhos da sorte – e, junto, a sua própria imagem. Foi assim que esse “homem negro” se transformou em símbolo de sorte no Ano Novo. Aliás, sua imagem se disseminou por toda parte como símbolo afortunado; e é assim

que, quem avistar um limpador de chaminés logo de manhã cedo, pode ter a convicção de que seu dia será de sorte.

10. De cor dos sacerdotes a cor dos conservadores

O conservador: preto 24% · cinza 24% · marrom 20%

Quando as ordens cristãs foram fundadas, os hábitos monásticos ainda eram de lã crua, salpicada de manchas cinzentas, pardas e beges. Até o ano 1000, estabeleciam-se cores para as ordens: cinza, marrom, preto. Cinza e marrom para aquelas ordens cujos monges vivessem na pobreza; preto para as que permitiam a seus monges certo luxo → Cinza 12.

Para os monges, não importava apenas que as cores servissem para identificá-los: os hábitos deveriam também ser embelezados. Contra tal vaidade vociferou o arcebispo de Mainz em 972: “Se o tecelão mesclar lã branca ao tecido preto, o hábito será rejeitado. E se a lã preta natural não for decente o bastante, deverá ser tingida artificialmente.” A lã tingida era muito mais cara do que a de cor natural. Entretanto, não apenas os monges “negros”, também os “pardos” e os “cinzentos” tinham os seus hábitos tingidos. Apesar da modéstia das cores, os hábitos monásticos, bem confeccionados, contrastavam claramente com as roupas remendadas e sem tingimento dos pobres. Tingir de preto era mais caro do que tingir de marrom ou de cinza. Mas o preto se converteu na cor predileta das ordens monásticas.

Até os nossos dias, o preto é a cor básica do clero. E, em alguns países, “negro” é outro designativo para clérigo.

A Igreja é uma força conservadora. A cor do clero transformou-se em cor do partido dos conservadores. Quem “votar no preto”, vota nos conservadores. Um objeto sagrado preto é a Kaaba, em Meca. Nesse edifício de forma cúbica, encontra-se emparedada a famosa “Pedra Negra”. No início, ela era branca; foi se empretecendo devido aos pecados dos homens. O edifício inteiro está recoberto com tecidos de seda preta, que são substituídos a cada ano. Já nos tempos de Maomé, o culto à Kaaba era antiquíssimo; acreditava-se que o próprio Adão participara do início da construção desse edifício → Fig. 47.

11. O desaparecimento das cores da Idade Média

Quase que subitamente, em meados do século XV, as cores medievais desapareceram. O mundo obscureceu-se.

Na estipulação das cores do início da Idade Média, a nobreza reservava para si as cores luminosas, restando para as classes menos favorecidas as cores escuras e sem brilho. Cor significava poder.

Porém, a sociedade foi mudando: a nobreza foi se empobrecendo e a burguesia começou sua ascensão. Sem poder econômico não há poder político. Os burgueses, que enriqueceram com o comércio, não mais admitiram que os nobres, de quem eram credores, mandassem em sua maneira de se vestir. As cores da nobreza passaram a identificar os patrícios. Agora cor significava riqueza.

Na pintura, o simbolismo das cores perdeu seu caráter normativo. Antes só se pintavam os santos, em suas cores simbólicas; agora os burgueses também podiam ser retratados e, com eles, o mundo real. As cores simbólicas foram substituídas pelas cores da realidade. E a realidade era bem sombria.

O final da Idade Média foi determinado por uma nova visão de mundo, que alterou a moral. Os antigos cristãos acreditavam que uma idade paradisíaca estivesse próxima e não cessavam de contar o tempo que faltava para a volta de Cristo. A cada decepção, crescia a angústia. Na Baixa Idade Média, o mundo já não parecia redimido por Cristo, e sim condenado por Deus. A “morte negra”, que é como ficou sendo chamada a peste, era um castigo divino.

Chegamos à Era dos Descobrimentos; o mundo tornou-se maior e maiores também se tornaram seus horrores. Notícias de catástrofes em terras distantes multiplicavam os temores. Começaram então a fazer novamente as contas para o fim do mundo – agora era pelo diabo que se esperava. Nas visões do fim do mundo, descreveu-se que o céu se abriria feito um pergaminho, que o sol incendiaria o céu e desapareceria para sempre. Recomendava-se que se fizesse penitência, para se apartar logo das tentações do mundo.

O principal tema dos sermões era a vaidade, que era considerada pecado mortal – pois entregar-se às alegrias mundanas significava distanciar-se de Deus. Onde a vaidade se manifestava mais claramente era nas vestimentas; como ninguém desejava exibir seu pecado mortal, todos se vestiam de preto.

O colorido medieval desapareceu para sempre. Foi uma mudança dramática, porque causas diferentes – até mesmo contraditórias – eram reciprocamente reforçadas.

12. Tinturas bonitas e tinturas pretas

Na Idade Média existiam as “tinturas bonitas”, que embelezavam o tecido, e existia a “tintura preta”. As tinturas bonitas tingiam os tecidos com cores cromáticas, luminosas, que ao mesmo tempo eram as cores mais caras – e, por isso, só eram empregadas para tingir tecidos caros. Mas às vezes se faziam trapaças: tecidos ordinários recebiam cores caras – o que entre nós chamamos de “dourar a pílula” –; surgiu daí o adágio popular “isso está só tingido de bonito” (*das ist nur Schönfärberei)* – era uma manipulação que procurava dissimular a má qualidade do tecido. As tinturas pretas tingiam, além de na cor preta, sobretudo em marrom – e também no azul turvo do glasto (a *isatis tinctoria*, também chamada de “pastel dos tintureiros”).

Havia muitas possibilidades para se tingir de preto. Especialmente barata era a tintura chamada de “preto dos pobres”. Para tingir um quilo de lã de preto eram necessários quatro quilos de casca de amieiro. A casca era esmagada, depois posta de molho durante alguns dias; então ela era cozida junto com o tecido que se queria tingir. Barato e descomplicado, especialmente para os procedimentos antigos. Porém, o preto obtido era, na realidade, um cinza escuro.

Era difícil obter-se um preto intenso. Para isso, utilizavam-se as agalhas (nozes de galha, também chamadas de bugalhos, uma espécie de cecídeo). As agalhas são formadas pela ação das vespas-de-galha, que picam as folhas das árvores para ali depositarem seus ovos. Em volta das larvas dos insetos desenvolvem-se excrescências, que atingem o tamanho de uma noz – são as agalhas. Elas são raspadas, secas e então pulverizadas. As melhores agalhas crescem nas folhas dos carvalhos, e a humanidade aproveitou-as para fazer tinta por séculos a fio.

Na pintura, jamais existiram problemas para a obtenção de um preto intenso. Há três mil anos já se conhecia o “preto de fumo” ou “preto de lamparina”. Era a fuligem, uma das variedades mais puras de carvão; a fuligem era produzida pela queima do óleo que se utilizava nas lamparinas; ele era raspado e misturado com aglutinantes. O preto de fumo continua sendo usado, hoje em dia, para a fabricação de lápis, rímel para olhos, cores para tintas de aquarela e a óleo e, principalmente, tinta preta para impressão. Somente os tecidos não podem ser tingidos com essa tinta.

Em 1453, os turcos conquistaram Constantinopla, centro das antigas artes de tinturaria. Alguns tintureiros conseguiram fugir e, desse modo, suas receitas secretas passaram a ser conhecidas em outros países. Não demorou para que se disseminasse por toda parte o cobiçado corante “vermelho turco”, à base de tintura de alizarina, que fornecia um vermelho luminoso. A tinturaria evoluiu de ciência secreta para ofício; os métodos foram se tornando mais fáceis; a diferença de preço entre cores luminosas e cores escuras foi desaparecendo.

Apesar disso, a moda burguesa passou a ser o preto, fato que se deveu aos adeptos da moda colorida, os odiados soldados mercenários ambulantes, os *Landsknechte*, que faziam saques por toda parte. Saqueavam tudo, apossavam-se de qualquer porcaria, incluindo peças de vestuário, que chegavam a rasgar para repartir entre eles. Depois voltavam a costurá-las, para poder usá-las. Desse modo, os saqueadores criaram o “traje de retalhos”: cada manga, cada perna, cada cintura era de uma cor diferente, e todo o tecido ficava cheio de recortes. Esses recortes e remendos davam aos trajes liberdade de movimentos, e podiam sempre ser substituídos por novos retalhos, de outras cores. Os cidadãos protestaram contra essa “coloração” dos costumes, exigiram do imperador que proibisse aos mercenários esse luxo de vestir cores, que contrariava todas as normas de estratificação do vestuário. Em 1477, o imperador Maximiliano pronunciou-se a favor dos *Landsknechte*: “Diante de suas vidas miseráveis e atribuladas, que lhes seja concedido ao menos um pouco de diversão.” Os soldados mercenários ficaram mais coloridos ainda; aos burgueses, só restou o consolo de amaldiçoar as roupas coloridas como imorais; em seguida, mandaram tingir de preto seus caros tecidos de cor, pois os tecidos pretos eram os únicos que os mercenários não queriam.

Outro motivo para a crescente apreciação dos tecidos pretos: depois da descoberta do caminho marítimo para as Índias, o índigo chegou à Europa. Então, os tecidos começaram a ser tingidos primeiramente com o índigo, em seguida com a tinta preta das agalhas; deste modo, obtinha-se um preto maravilhosamente intenso. E, com o descobrimento das Américas, surgiu também o corante para o mais lindo tom de preto: o campeche. Trata-se da madeira de uma árvore nativa da América Central; essa madeira é ralada e então deixada submersa em líquido por semanas, para fermentar. O corante que se desprende dessa solução tinge sedas no tom preto azulado mais denso que existe. Naturalmente, a madeira importada era cara. O preto se tornou uma cor nobre.

Ainda no século XX, quando as fibras sintéticas já existiam, não havia melhor corante do que o campeche para tingir meias de seda e outras peças

íntimas de *nylon* num lindo e densíssimo tom de preto.

13. O preto vira moda no mundo inteiro

As cores desapareceram definitivamente quando a Espanha passou a ser potência mundial. Pois uma potência mundial dita a moda no mundo e, na corte espanhola, estabeleceu-se a soberania de uma só cor, que predominou por todo um século: o preto.

Em 1480, a Inquisição se estabeleceu na Espanha. Teve início um século de religiosidade sombria. E preto era a cor que combinava ali. Era o tempo de Carlos I (1500-1558) e de seu filho Felipe II (1527-1598). Carlos I foi um soberano devotado; Felipe II, um fanático religioso.

Carlos I foi rei da Espanha e, como Carlos V, tornou-se imperador do Sacro-Império Romano-Germânico e soberano da Borgonha, da Áustria e dos Países Baixos. Em seu reinado, o sol nunca se punha; ele possuía colônias ao redor do mundo inteiro. A ascensão ao poderio mundial foi obtido graças às viagens marítimas. As primeiras colônias espanholas na América se chamavam “Nova Espanha”, “Nova Castilha” e “Nova Granada”. Depois que Vasco da Gama descobriu, em 1498, o caminho para as Índias, logo toda a costa africana que se avistava nessa rota tornou-se possessão espanhola. De 1519 até 1521, o português Fernão de Magalhães, a serviço do rei da Espanha, deu a volta ao mundo, conquistando, além disso, um conjunto de ilhas que, em honra ao então príncipe herdeiro Felipe, foram batizadas de Filipinas. Os espanhóis estavam em toda parte.

Agora, para um piedoso cristão, não havia explicação para submeter outros povos. O engenhoso álibi para fazê-lo era uma nova interpretação do mundo, que parecia estar amaldiçoado por Deus. Os gentios eram, naturalmente, os culpados. Em nome de Deus, os povos nativos da América, da África e das Índias foram tratados como escravos – nova fonte de renda para a nobreza espanhola. E, naturalmente, judeus e protestantes eram considerados, da mesma forma, culpados. Assim eles foram assassinados também, em nome de Deus, e seu dinheiro repartido entre a Igreja e a Coroa.

Apesar de toda essa santidade, esse foi um tempo de disputas entre o rei e a Igreja. Não se tratava de uma disputa acerca de ideias religiosas, o que estava sendo disputado ali era o poder secular. Os papas apoiaram sempre os partidos que lhes prometiam mais vantagens. O papa Alexandre VI (1492-1503), da casa

dos Bórgia, degradou completamente o papado. Ele era sequioso por poder e por posses, autoindulgente e cruel; teve filhos com diversas mulheres e queria que seus filhos herdassem os bens da Igreja. “Um papa manchado por vícios de todos os tipos”, avaliaram os contemporâneos. O papado perdeu prestígio e poder.

O rei Carlos I era mais papista que o próprio Papa. Vestia-se de preto, como um monge. Seus dias se iniciavam com orações junto a seu confessor; em seguida, assistia à missa com toda sua corte; durante as refeições, eram lidos livros piedosos; as refeições terminavam sempre com um sermão. Quando abdicou, em 1556, retirou-se para um palácio cujas paredes eram forradas de preto, junto ao mosteiro de São Jerônimo, perto da vila de Cuacos de Yuste, província de Cáceres.

Seu filho, Felipe II, foi seu sucessor. Ele também encarava a si mesmo, e não ao papado, como o centro da fé. Felipe construiu para si uma residência apartada do mundo, o Escorial. Era um palácio, um mosteiro e um sepulcro. O monastério do Escorial foi dedicado a São Lourenço, martirizado em Roma no suplício da grelha – formato em que a construção do Escorial se inspirou. O próprio Felipe mandou queimar dezenas de milhares na fogueira.

Quando os Países Baixos, protestantes, dominados por espanhóis, bradaram pela supressão da Inquisição e pela liberdade da fé religiosa, o rei Felipe, em nome da pureza de sua fé, mandou para a fogueira centenas de milhares de protestantes, pois o número dos seguidores de Lutero não parava de crescer.

A moda preta do reinado mundial da Espanha foi recatada como nenhuma outra, antes ou depois: os trajes cobriam até as orelhas – o requisito típico da moda espanhola era o rufo, um tipo de gola para adornar o pescoço, feito de linho plissado ou ondulado, em forma de cone. Em 1540, esses rufos chegaram à moda; inicialmente apenas roçavam a barba; em seguida, porém, já tornavam impossíveis quaisquer movimentos com a cabeça, pois as rendas engomadas picavam o queixo, pelo lado cutucavam as orelhas e na parte de trás chegavam até metade do crânio. Para poder usar a gola, os homens tinham que desistir da barba – o que trouxe à moda o bigode e a barba curta. Essas golas se harmonizavam com a atmosfera intriguista da Inquisição: obrigavam a pessoa a mostrar ininterruptamente o rosto e, consequentemente, a controlar quaisquer expressões faciais.

Até o início do século XVII, os rufos foram se tornando cada vez maiores, chegando a se assemelhar a rodas de moinho. A inacessibilidade não era apenas uma impressão visual, porém um fato costumado: para conseguirem se alimentar precisavam de colheres e garfos extremamente longos.

As mulheres usavam corseletes apertados; não, contudo, para acentuar suas formas; ao contrário, o corpo era negado: as mulheres pareciam ter o peito tão achatado como os homens, e andavam tão cingidas como eles.

Apesar da proibição de cores, os nobres exibiam sua riqueza. Seus trajes eram de seda e suas capas, de lã de merino. As ovelhas merinas pertenciam tradicionalmente à alta nobreza espanhola. Sobre as vestimentas pretas, não eram poucas as joias: as roupas de gala eram enfeitadas com pérolas e pedras preciosas. Homens e mulheres usavam tantas joias quantas pudessem carregar. Em 1525, o rei da França, Francisco I, mandou fabricar 13.600 botões de ouro para seu traje de veludo preto.

A moda hispânica sofreu sua derrocada quando a Espanha perdeu seu domínio mundial. Em 1588, a armada espanhola foi vencida. Os Países Baixos, antes oprimidos pela Espanha, tornaram-se a nova potência mundial; passaram, então, a determinar a moda. As roupas se afrouxaram; as rígidas golas se tornaram suaves, de renda. Porém as cores não retornaram, pois nos Países Baixos havia triunfado a Reforma – e a cor dos protestantes era também o preto.

14. A cor dos protestantes e das autoridades

A Inquisição ainda dominava na Espanha quando a Reforma triunfou na Alemanha. A ideia protestante, da responsabilidade individual, correspondia à recém-conquistada autoconfiança dos cidadãos. Sua insurgência contra a exploração praticada pela Igreja de Roma conduziu, finalmente, à iconoclastia: as imagens foram arrancadas das igrejas e na maioria das vezes foram destruídas. Tudo quanto fosse colorido devia ser queimado.

A Reforma começou em 1517, quando o monge agostinho e professor de filosofia moral Martinho Lutero protestou contra o comércio de indulgências. O que era inusitado nas teses de Lutero é que elas negavam ao clero o direito de se comportar como intermediários de Deus. Lutero dizia: os que pecaram devem se arrepender; o perdão não pode ser comprado por indulgência. Contudo, a Igreja pregava: “Assim que as moedas retinem no cofre, a alma de quem doa é liberada do purgatório.”

O comércio de indulgências era a mais importante fonte de renda da Igreja. O perdão dos pecados assim adquirido era assegurado com relíquias, como ossos de mártires, retalhos de roupas de santos, lascas da cruz de Cristo – dessa cruz foi vendida tal quantidade de lascas, que corresponderia a uma floresta inteira.

O cardeal Albrecht, de Mainz, possuía 8.933 relíquias; seu valor seria suficiente para perdoar pecados por 39 milhões de anos. Quando o clero precisava de mais dinheiro, anunciava liquidações – então a liberação dos pecados ficava especialmente em conta. A oposição ao comércio de indulgências despertou a ira da Igreja Católica, pois os protestantes estavam negando ao Papa não apenas submissão, mas também seu dinheiro.

Lutero dava mostras de sua convicção de que pobres e ricos são iguais perante Deus também pelo fato de não usar nenhuma cor litúrgica em seus sermões. Ele pregava totalmente vestido de preto. Sua batina sem adornos era um tipo de manto que se usava na época, e o preto era, na lei do vestuário, uma cor que todos podiam usar. Diante de Deus são todos iguais – também no vestir. A batina preta de Lutero tornou-se o traje de todas as autoridades civis. Durante séculos foi a vestimenta dos professores. Ainda hoje, a batina preta de Lutero é a vestimenta cerimonial dos alcaides e o traje oficial dos juízes.

15. As noivas trajavam preto

Nas fotografias dos casamentos que aconteceram por volta de 1900, quase todas as noivas usam um vestido preto que lhes vai até os pés; somente o véu era branco.

Quando a noiva dispunha de meios, o vestido podia ser de seda preta. Esses vestidos podiam ser reaproveitados depois, para serem usados em festas e celebrações. As noivas mais modestas trajavam tecidos pretos opacos, que poderiam ser usados mais tarde para ir à igreja ou a enterros e, de modo geral, em todas as ocasiões em que a seda brilhante não fosse adequada.

O traje de noiva preto opunha-se ao branco não somente pela cor. O traje branco só se usa uma vez na vida e semelhante luxo era, naquela época, inimaginável. Quando um vestido saía de moda, ou já não se ajustava ao corpo, ele era guardado, ou reformado; fazia-se o que fosse possível para aproveitá-lo ao máximo. Até 1960, as revistas femininas traziam inúmeras sugestões de como reformar roupas usadas.

O preto também era a cor psicologicamente mais adequada para os vestidos de noiva. O casamento, naquele tempo, era um negócio, do mesmo tipo de uma fusão comercial. Quem não tinha nada para herdar não tinha como se casar. Em muitas regiões, até o século XX, licenças para casamento só eram concedidas se se comprovasse possuir renda suficiente para o sustento da família. O casamento por amor era um ideal romântico, que só se tornou realmente popular quando a dissolução dos matrimônios se tornou possível. Em lugar dos sentimentos cálidos, o que dominava então era a frieza da razão. E a razão dizia que o preto se adequava bem às noivas.

16. A cor da elegância

A elegância: preto 30% · prata 20% · ouro 16% · branco 13%

> “A elegância é a mistura de refinamento, naturalidade, esmero e simplicidade.”
>
> *Christian Dior*
>
> “O preto é a quintessência da simplicidade e da elegância.”
>
> *Gianni Versace*
>
> “O preto simboliza a ligação entre a arte e a moda.”
>
> *Yves Saint-Laurent*
>
> “O preto é a cor que cai bem em todos. Com o preto não há como errar.”
>
> *Karl Lagerfeld*
>
> “Uso preto de dia e de noite. Ele sempre cai bem, e dá destaque à personalidade.”
>
> *Donna Karan*

Elegância significa abrir mão da pompa, do desejo de chamar a atenção. Quem usa preto abre mão até da cor. O preto é garantia de elegância.

Na moda conservadora para cavalheiros, isso se faz sentir de forma pronunciada: os ternos elegantes, os fraques e os *smokings* são sempre pretos. As calças dos *smokings* não têm a barra virada (vira italiana), mas conservam uma faixa lateral em cetim preto, que é um resquício dos galões usados nos uniformes. Para completar corretamente a elegância do *smoking*, deve-se usar uma gravata-borboleta.

Se nos convites ingleses aparecer alusão a “*black tie*” como traje a ser usado, com isso não se quer dizer “gravata preta”, mas sim que os homens devem comparecer de *smoking* e as mulheres com traje de noite. O *smoking* também é compatível com vestidos de noite curtos.

Já a indicação “*white tie”* significa vestido longo para as senhoras e fraque para os cavalheiros – e o fraque, naturalmente, deve ser preto. O *smoking* pode também ser azul meia-noite ao invés de preto: o duque de Windsor, já em 1930, usava *smokings* preto-azulados, pois a luz artificial dá um tom verde ao preto, enquanto que o preto-azulado, sob essa luz, parece ser ainda mais preto. E nos filmes de James Bond, o elegante agente secreto usa sempre *smokings* no tom azul meia-noite.

Surpreendentemente, a moda feminina tem sido desenvolvida principalmente por homens. No entanto – e nisso o mundo inteiro está de acordo – ninguém revolucionou e influenciou tanto o mundo da moda feminina, no século XX, como Coco Chanel.

Coco Chanel criou, em 1930, o “pretinho”, que substituiu o até então

habitual vestido de seda preta que ia até os pés. Chanel trouxe uma diferenciação fundamental para a moda feminina: vestidos longos e curtos. Os vestidos para casamentos, para a noite e para os grandes acontecimentos permaneceram longos; todos os demais vestidos se tornaram curtos. O “pretinho” é um vestido curto, até hoje ideal para todas as ocasiões formais.

Chanel disse uma vez: “Uma mulher precisa de três coisas: de uma saia preta, de um pulôver preto e do braço de um homem que ela ame.”

17. Por que a roupa preta é sempre preferida?

Um vestido preto, assim como um terno preto, produzem um efeito delimitativo, conferem importância a quem os veste. Quem se veste de preto não tem necessidade de se tornar interessante pelas cores que usa; para isso, basta sua personalidade.

A artista suíça Pipilotti Rist, que tematizou em sua pintura a transformação do *self* por meio de diferentes trajes, declarou: “Quem se veste com cores alegres passa uma impressão de superficial. Quem se veste de preto está demonstrando que não necessita de adornos, que tem valores internos.”

O maior oposto psicológico à roupa preta são os vestidos cor-de-rosa. A cor da pele transmite a impressão de nudez e desamparo. Agatha Christie descreveu, em suas memórias, como todas as jovens lutaram para obter a permissão de usar um vestido preto em seus primeiros bailes – porém, todas as mães faziam com que usassem rosa. Todas as mães queriam ver suas filhas como moças boazinhas, e toda filha desejava aparecer como “*femme fatale*”. Quem se veste de preto já é adulto.

Os jovens, quando escolhem suas cores prediletas, pensam principalmente em suas roupas. Quando a pessoa ainda não pode definir sua posição social pela profissão e pelas posses, o símbolo de sua individualidade é a roupa.

A roupa preta vem se tornando a mais apreciada, principalmente entre os jovens; até mesmo as crianças hoje em dia se vestem de preto. Há vários motivos para que seja assim:

1. Preto é a cor da individualidade.

A roupa preta concentra a impressão que uma pessoa produz em seu rosto, que é o centro da individualidade. A partir do protestantismo, com Martinho Lutero, a roupa preta se propagou pela Europa como símbolo da responsabilidade individual, dando daí um grande salto até a mais moderna filosofia da individualidade: o existencialismo de Jean-Paul Sartre. Porém, os objetivos são os mesmos, e os meios da moda se repetem. O existencialismo foi, por volta de 1950, uma moda e uma filosofia, em dois sentidos: a visão de mundo se deixou reproduzir também na maneira de se vestir – os existencialistas se vestiam de preto. O filósofo Jean-Paul Sartre sempre se vestiu de preto. A cantora Juliette Greco, que incorporou o existencialismo em atitudes mais

populares, ficou famosa por seus olhos delineados em preto, suas calças pretas de veludo cotelê e seu pulôver preto de gola alta, que lhe chegava até o queixo.

Como cor que delimita, a roupa preta permaneceu popular entre todos os grupos que queriam estar acima da norma, acima da massa, que não queriam se adaptar aos valores vigentes. Os *beatniks* só se apresentavam com jaquetas pretas. Vieram então os roqueiros, depois os *punks* – todos dando preferência às roupas pretas. Quem protesta, nega – o preto é a cor da negação.

2. O preto é a cor que menos depende da moda.

O segundo motivo para a crescente preferência pela roupa preta: foi também por volta de 1950 que se iniciou um processo que alterou a moda de maneira fundamental: com o advento das fibras sintéticas, das cores sintéticas e da produção industrial em massa, as roupas foram se tornando cada vez mais baratas. Uma mulher comum possuía, agora, muito mais roupa do que as mulheres mais ricas dos séculos anteriores. O setor da moda soube se aproveitar dessa oportunidade; seus desenhistas passaram a lançar a cada primavera, verão, outono e inverno, novos comprimentos de barras, novos cortes, novas cores. As roupas da estação anterior já ficavam fora de moda. E a mulher bem vestida deveria usar um traje novo a cada dia. Além disso, passou a representar uma grande contrariedade quando duas mulheres se encontravam em algum lugar vestindo o mesmo modelo de roupa – como se, com isso, estivessem perdendo suas individualidades, como se a individualidade feminina se fizesse representar apenas pelo vestido.

A pressão pelo uso de cada vez mais vestidos, cujos modelos se propagavam a uma velocidade de mais a mais vertiginosa, em 1970 se tornou tão extrema, que cada vez mais mulheres passaram a se recusar a seguir os ditames da moda. Como contrapartida, surgiu a moda dos *jeans*: agora todas usavam a mesma coisa, em toda parte. Para combater isso, apareceu, também como contracorrente, a moda dos *jeans* usados. Os ditames das cores da moda, que a partir dos anos cinquenta surgiam, inicialmente, a cada semestre, e depois a cada estação, tanto para vestidos quanto para meias, sapatos e maquiagem, passaram a ser ignorados.

Cada vez mais mulheres clamavam por cores que resistissem ao tempo – e nenhuma cor resiste mais ao tempo do que o preto. O mercado da moda teve que se curvar aos desejos de suas clientes: desde 1980, o preto tem prevalecido nas coleções de todos os grandes desenhistas da moda. Aliás, modelos em outras cores também são lançados, mas não é segredo para ninguém: os que vendem mesmo são os pretos. O público que vai aos desfiles de moda veste preto.

Também os *designers* se vestem de preto, como os padres, dos pés à cabeça. Assim o preto, como cor que de fato não depende da moda, se tornou também a principal cor... do que está na moda.

3. O preto combina melhor com o rosto dos jovens

Numa sociedade cujo ideal é a juventude eterna, e cuja moda apresenta modelos cada vez mais jovens, o preto é a cor que exibe a juventude com maior nitidez – porque é também a cor que dá mais realce à velhice. Uma camisa preta ou um pulôver preto realça, nos idosos, qualquer flacidez na área do queixo. Como o preto não reflete nenhuma luz, cada ruga aparecerá realçada. Quanto mais idade alguém tiver, mais velho parecerá ao usar preto. O preto irá revelar quão jovem ou quão velha uma pessoa realmente é.

18. Sobrenomes e cores

O preto é viril, enérgico e sério. Por isso mesmo, de todas as cores, o preto é a cor que mais aparece nos sobrenomes.

FREQUÊNCIA COM QUE AS CORES APARECEM NOS SOBRENOMES DE TODAS AS LISTAS TELEFÔNICAS DA ALEMANHA:

Schwarz (preto)	49.369 vezes
Braun (marrom)	46.709 vezes
Weiß / Weiss (branco)	41.798 vezes
Roth / Rot (vermelho)	28.086 vezes
Grau (cinza)	4.056 vezes
Grün (verde)	3.672 vezes
Gold (ouro)	1.562 vezes
Blau (azul)	1.277 vezes
Rosa (rosa)	568 vezes
Silber (prata)	501 vezes
Gelb (amarelo)	66 vezes
Violet / Violett (violeta)	21 vezes
Orange (laranja)	13 vezes

Observação sobre *Roth / Rot*: a maioria se escreve "*Roth*", só 126 são "*Rot*", pois em reformas anteriores da ortografia caiu o "h" do nome das cores, porém ele permaneceu nos nomes próprios. Somente três escrevem "*Violett*", pois o nome é originário da França, "*Violet*". Existem ainda muitos outros nomes envolvendo cores, como *Weißer, Brauner, Schwarzer* ou *Schwarzenegger, Schwarzhaupt, Schwarzkopf, Rother, Rothenburg, Rotschild*... 8

19. O maravilhoso negro africano. Maquiagem para a pele escura

Na África, no Continente Negro, naturalmente que o preto tem outro significado. Aqui o preto é a mais bela cor. *“Black is beautiful”*, é esse o seu lema. Na bandeira preto-ouro-vermelha de Uganda, o preto significa o povo. Sobre um fundo preto aparece o Sol, nas bandeiras de Antígua e Malawi, simbolizando o princípio de uma nova era dos Estados independentes. O preto representa a nova autoconsciência do povo da África. O símbolo africano da liberdade é uma estrela preta de cinco pontas → Fig. 45.

O movimento *Black Is Beautiful*, que teve início nos anos sessenta, produziu seus efeitos também na moda. Os negros deixaram de seguir a moda “branca”, passaram a seguir suas próprias tradições: o *look* “etno” se tornou popular.

E, pela primeira vez, a indústria de cosméticos passou a oferecer artigos de maquiagem para a pele negra. Em contraste à maquiagem opaca, para mulheres de pele clara, ofereciam uma maquiagem transparente e brilhante. Na pele clara, os contornos do rosto são marcados pelas sombras; na pele escura, são marcados pelas zonas de luz. A pele escura não deveria mais ser opaca, pois sem contornos um rosto parece uma máscara achatada. Começaram a aparecer as modelos de pele escura nos desfiles internacionais de moda. Estando na moda, o preto passou a ser a cor preferida de todos os negros.

A recém-conquistada autoestima das mulheres negras fez com que o impensável passasse a ser levado em conta, o que se deixa perceber bem na seguinte anedota: Uma mulher negra, tendo morrido, obteve permissão do céu para retornar à terra; então, todos lhe perguntam: “Como é Deus?”, e ela responde: “É uma mulher negra.”

20. Ilegalidade e anarquia

O preto faz referência às coisas proibidas, mas que se fazem em segredo: o “trabalho negro”, como é chamado o trabalho ilegal na Alemanha, e o “comércio negro” – o comércio ilegal – são passíveis de penas legais. O “dinheiro negro” – o dinheiro não declarado – não paga os impostos. Na Alemanha existem também os ouvintes, espectadores e viajantes “negros” – são aqueles que não pagam pelos respectivos ingressos.

As “listas negras” são aquelas que as ditaduras elaboram com os nomes das pessoas indesejáveis, ou dos adversários políticos; porém, as “listas negras” mais tristemente famosas do século XX, foram as de atores e diretores cinematográficos de Hollywood supostamente pró-comunistas, durante a era McCarthy (a partir de 1950). Quem fosse denunciado como “esquerdista” ou “agente comunista” nunca mais obtinha licença para trabalhar.

Nas instituições de crédito, existem as “listas negras” dos inadimplentes; no comércio de livros, existiam “listas negras”, compostas de livros cuja leitura representava perigo para os jovens.

O preto é a cor de todas as organizações secretas que agem contra a lei. Bandeiras pretas e uma estrela preta são símbolos dos anarquistas. Legendária também é a bandeira preta dos piratas, com uma caveira. Aqui se liga o preto da ilegalidade ao preto da morte: preta é a cor das organizações cujos membros condenam outras pessoas à morte.

O vermelho e o preto, neste contexto, andam sempre de mãos dadas; é o vermelho do perigo e do proibido.

21. O preto dos fascistas e da brutalidade

A violência / a brutalidade: preto 47% · vermelho 20% · marrom 14%

Preto-vermelho-marrom é o acorde da violência e da brutalidade.

O preto apareceu como cor de um movimento fascista pela primeira vez na Itália, em 1919. O movimento se chamou "*Arditi*", audaciosos ou atrevidos. Seu objetivo era aniquilar os movimentos socialistas; seu distintivo, uma camisa preta. Fascistas britânicos e holandeses adotaram a camisa preta como uniforme político em 1933. Na Itália, na Inglaterra e na Irlanda, um "negro" é um fascista.

A cor original do fascismo alemão foi o marrom; o preto se seguiu ao marrom como cor do fascismo com o mesmo objetivo → Marrom 11. Os camponeses usavam camisas e calças pretas para trabalhar no campo e, quando iam à igreja, usavam seus trajes de domingo, uma camisa branca. Quando compareciam às reuniões de partido, eles usavam seus trajes de domingo com as camisas pretas com que trabalhavam.

Os movimentos fascistas, apesar de suas reivindicações elitistas, ganharam um traço proletário para que se convertessem em movimento das massas. Sabiam dar valor ao efeito nivelador do preto que, ao menos em termos de visual, fazia com que todos os membros da organização tivessem a mesma importância.

Todo grupo que se vista de uma mesma cor ganha destaque e parece ser muito maior do que é na realidade. Os uniformes pretos deram, imediatamente, a impressão de que quem os vestia pertencia a uma grande organização. Além disso, o preto é a cor das coisas grandes e viris – e também nesse sentido correspondia aos ideais fascistas.

Todos os grupamentos políticos cujos membros sentem que podem se assenhorear da vida de terceiros, deixam-se representar com prazer pela cor simbólica da morte; com isso eles exprimem sua disposição de sacrificar suas vidas em favor de suas convicções.

22. Preto-vermelho-ouro: por que a bandeira da Alemanha está errada?

O poder: preto 36% · ouro 23% · vermelho 20%

O acorde do poder parece ser “tipicamente alemão”. No entanto, a história das cores alemãs preto-vermelho-ouro é a história de uma briga absurda pelas cores corretas. Os historiadores até hoje se desentendem ao tentar explicar como foi que se chegou a essas cores.

Na verdade, a bandeira alemã tem um erro: pelas antigas leis da heráldica, que estabelecem como os brasões e as bandeiras devem ser construídos, ela está errada. Pois, de acordo com as regras da heráldica, entre duas cores é preciso estar o ouro ou a prata → Fig. 44. Vermelho e preto, portanto, não deveriam aparecer contíguas. A bandeira da Bélgica, que tem as mesmas cores, em termos da heráldica está correta: o dourado aparece entre o vermelho e o preto → Fig. 46. A regra tem uma razão técnica: os brasões são esmaltados; nesse processo pulveriza-se vidro sobre o metal e, para que as camadas das cores não se interpenetrem, entre elas deve existir algum metal.

Nas bandeiras, o amarelo é representado pelo ouro. Desse modo, a bandeira alemã deveria ter as cores preto-vermelho-ouro, e não preto-vermelho-amarelo.

A história da bandeira alemã é a seguinte: em 1815, estudantes e professores fundaram a *Deutsche Burschenschaft* (Corporação Alemã dos Estudantes). Eles queriam lutar pelos direitos dos cidadãos e pela unidade alemã. Nessa época, a Alemanha consistia de pequenos estados; 35 reis, duques, príncipes e o imperador da Áustria governavam suas terras como déspotas feudais; eles podiam, inclusive, vender seus súditos, que ainda não tinham autonomia sobre suas vidas.

Depois de criado o modelo da bandeira da Revolução Francesa, a tricolor *bleu-blanc-rouge*, os estudantes alemães também queriam uma bandeira de três cores. Eles consideravam o preto-vermelho-dourado como as velhas cores do império alemão na Idade Média – o que, porém, foi um erro. Existiu até um brasão imperial, com uma águia sobre um campo dourado, e uma bandeira de guerra, com uma cruz branca sobre fundo vermelho – porém jamais houve brasões ou bandeiras com as cores preto-vermelho-ouro.

Há os que opinam que a bandeira tenha se inspirado no uniforme dos corpos

de voluntários de Lützow, de onde surgiu um grande exército nacional alemão: os homens de Lützow trajavam um uniforme preto com galões vermelhos e botões dourados. Houve também uma explicação, muito popular entre os historiadores, segundo a qual uma jovem patriota teria costurado errado a primeira bandeira, em virtude de seu desconhecimento de heráldica – surpreendente nesta explicação é que os homens tenham usado a bandeira, mesmo tendo sido confeccionada errada; fato absolutamente comum nessa explicação, entretanto, é que uma mulher acabou sendo responsabilizada pelo erro.

Em termos de heráldica, a bandeira está errada também pela escolha das cores. Existem quadros épicos que mostram uma bandeira tricolor, diferente e correta, nas cores preto, ouro e vermelho. Porém, os alemães acabaram se acostumando à ordem incorreta das cores.

A bandeira preta, vermelha e dourada converteu-se, em seguida, em símbolo dos anseios de liberdade da burguesia, tendo sido rapidamente proibida. Mas essas cores proibidas voltaram a ser exibidas na Revolução Alemã de 1848. Ferdinand Freiligrath saudou as cores da revolução no poema:

> *"In Kümmernis und Dunkelheit, Da mussten wir sie bergen!*
> *Nun haben wir sie doch befreit, Befreit aus ihren Särgen!*
> *Ha, wie das Blitz und rauscht und rollt! Hurra, du Schwarz, du Rot, du Gold!"*
> [Na tristeza e na escuridão tivemos que escondê-la um dia!
> Agora nós a libertamos, livre está de seus grilhões!
> Ah, como o relâmpago ruge e volteia! Hurra!
> És preta, és vermelha, és dourada!]

Os príncipes alemães haviam se unido em 1815 na *Deutscher Bund* (Confederação da Alemanha do Norte) para poder ter à sua disposição um grande exército comum. Depois da Revolução de 1848, como concessão barata aos cidadãos, declararam a bandeira preta, vermelha e dourada como sendo a bandeira da Confederação. Porém, o rei da Prússia, Guilherme I, objetou duramente contra essa decisão, dizendo que o preto, o vermelho e o dourado da bandeira eram "cores tiradas da sujeira das ruas".

A Confederação da Alemanha do Norte desapareceu em 1866 com a "Guerra Alemã", em que alemães tiveram que lutar contra alemães – ou seja, as tropas confederadas contra os prussianos. Os prussianos venceram e passaram a determinar as cores, e a bandeira alemã tornou-se preta-branca-vermelha: uma combinação da bandeira alvinegra da Prússia e do vermelho e branco, cores das cidades hanseáticas.

Após a Primeira Guerra Mundial, a bandeira preta-branca-vermelha tornou-se um símbolo da derrota. E muitos odiavam as cores do Estado autoritário

monárquico-militarista. Liberais e social-democratas queriam retornar ao preto-vermelho-ouro.

E assim começou a etapa seguinte da briga pela bandeira. A questão secundária – se a combinação de cores da bandeira deveria ser preto e vermelho com branco ou com dourado – contribuiu para a decadência da República de Weimar. Quando, em 1919, a Comissão Constitucional votou quanto a este detalhe, a votação não foi secreta – fato excepcional – e cada membro teve que revelar publicamente sua escolha. O resultado foi uma barganha: a bandeira da Alemanha seria preta, vermelha e dourada, e a usada para o comércio seria preta, branca e vermelha. Essa solução não agradou a ninguém, e a polêmica seguiu seu curso. Para lhe pôr fim, o chanceler da República de Weimar, Hans Luther, deu instruções para que ambas as bandeiras fossem sempre hasteadas lado a lado. Isso gerou tumultos e, uma semana mais tarde, o chanceler de Weimar foi derrubado. A briga pela bandeira se acirrava. Os partidários da conservação da bandeira preto-branco-vermelha passaram a xingar a bandeira preta-vermelho-dourada como a “bandeira dos judeus”.

Em 1935, Hitler colocou fim à briga pela bandeira. Ele determinou que haveria uma única bandeira para a República de Weimar, a nação alemã e o comércio. Suas cores seriam preto-branco-vermelho. Era a bandeira da suástica.

Em 1949, quando do reinício político da Alemanha, decidiu-se sem hesitação pela adoção das antigas cores da liberdade das cidades alemãs como cores da bandeira alemã: preto-vermelho-dourado.

23. Apertado e desajeitado, duro e pesado

O apertado / a compressão: preto 50% · cinza 22% · marrom 10%

O desajeitado: preto 20% · cinza 16% · prata 12% · marrom 10% · azul 8%

A dureza: preto 45% · prata 16% · cinza 9% · azul 9%

O pesado: preto 54% · marrom 18% · ouro 8% · cinza 8%

Espaços pretos parecem muito menores do que os brancos. Móveis pretos dominam o espaço – sua presença é mais ostensiva, eles parecem mais pesados e abrutalhados.

Pelo forte contraste que faz com o ambiente, o preto causa a impressão de desajeitado e duro. A impressão visual se transfere para as presumíveis qualidades de um objeto preto. Um sofá preto parece ser mais duro e desconfortável do que um sofá claro. E a mobília preta logo dá a impressão de estragada, pois nela as marcas de uso se destacam mais. Quando não está em condições impecáveis, o preto logo perde sua elegância.

O branco irradia, aumenta opticamente sua superfície; o preto concentra a ação dos limites dos objetos. Embora os objetos pretos pareçam menores do que os brancos, em sentido extensivo o preto é uma cor → do grande. Em virtude de o preto atuar sempre de modo mais forte do que o branco, na figura 48 reconhecemos primeiramente o perfil das pessoas; contudo, na figura 49, reconhecemos primeiramente o vaso. O preto impressiona sempre mais.

24. A mais objetiva das cores. A cor predileta dos *designers*

"Form follows function" – a forma segue a função: esse é o lema do desenho clássico-moderno. Significa a renúncia a enfeites, a padrões supérfluos, a cores supérfluas. Tudo ganha um colorido "neutro": preto, branco ou cinza.

Com a renúncia ao colorido, gera-se a exigência pela praticidade e pela funcionalidade – essas sim, as verdadeiras virtudes do *design*.

Nos objetos de luxo, a renúncia às cores permite que o luxo se manifeste por si só. O preto é a cor com que mais se evidencia a renúncia ao colorido, a mais contundente renúncia à ostentação – e por isso o preto é a mais nobre das cores.

Esteve durante muito tempo em voga entre os *designers* de moda a utilização de objetos comuns como produtos de *design*, bastando para isso laqueá-los de preto. Em cima das escrivaninhas pretas dos *designers*, todos os objetos eram pretos: desde o grampeador até os apontadores de lápis.

Tudo que quisesse ganhar a aparência de ser tecnicamente moderno se tornou preto: televisores, aparelhos de som, câmeras fotográficas e relógios de pulso. As cores deveriam desaparecer, para que a técnica passasse ao primeiro plano. Quanto menos nova uma tecnologia, quanto mais comum um objeto, com mais cores ele passará a ser apresentado.

E isso sempre foi assim. A primeira cor a existir para os automóveis foi, naturalmente, o preto. Henry Ford disse, na ocasião, que qualquer cor iria bem para os automóveis; entretanto, o famoso Ford T, durante décadas, só existiu na cor preta.

Como regra geral vale: preto-e-branco é a combinação de cores mais unívoca, inequívoca, relacionada inclusive à verdade. No xadrez, assim como em todos os jogos cujo resultado depende da capacidade do jogador, e não da sorte, as cores que se usam são o preto e o branco. Quando se estabelece uma relação funcional entre o branco e o preto – como a que existe entre o papel branco e as letras pretas nele impressas – o preto, que em outros casos é cor negativa, adquire um novo valor. Nesse contexto, o preto é melhor inclusive do que o vermelho: números vermelhos significam perdas, enquanto os pretos significam ganhos.

A "*black box*" foi, originalmente, a caixa preta do mágico, dentro da qual

aconteciam estranhas transformações. Em seguida, a caixa-preta passou a ser um conceito na tecnologia de comunicações e em outros sistemas conhecidos, armazenando os dados desconhecidos executados pelo sistema, como os gravadores de voo nos aviões, que registram todas as instruções que foram realmente passadas. A caixa-preta tornou-se um símbolo de fatos objetivos, mesmo quando não se sabe de que maneira os fatos aconteceram.

O que se tem atestado, “preto sobre o branco”, vale muito mais do que aquilo que foi simplesmente dito, pois apenas aquilo que se tem por escrito tem valor legal. “Aí está, preto no branco” é um argumento muito usado – o que está impresso parece incorporar um teor muito maior de verdade. E porque a verdade não pode ser aumentada, textos impressos em letras coloridas parecem menos dignos de credibilidade.

O efeito psicológico daquilo que está impresso, preto no branco, é tão forte que as pessoas chegam a acreditar mais no que está impresso do que em suas próprias experiências.

Uma fotografia em preto e branco parece ter maior valor documental do que uma foto em cores. O diretor Sergei Eisenstein renunciou à cor em seus filmes, pois acreditava que, “renunciando-se à atração das cores, a forma e o conteúdo receberiam uma maior atenção por parte do espectador”. Ele tinha convicção disso.

Em um mundo colorido, o preto e o branco são as mais objetivas cores da realidade.

25. Manipulação com cores

As cores influenciam no efeito causado pelo tamanho e pelo peso. Até que ponto é possível se fazer manipulações com as cores? Um exemplo que circulou pela imprensa, em que se comenta sobre a influência das cores, pode ser lido nesse conto sensacionalista: um empresário americano, cujos funcionários se queixavam de ter que carregar caixas excessivamente pesadas, mandou pintar as caixas, antes escuras, de branco. Resultado: as queixas foram suspensas; os trabalhadores acharam que as caixas brancas eram muito mais leves.

Histórias desse tipo são citadas como exemplos da possibilidade de se manipular as pessoas e, entre a manipulação e a estupidez, parece não haver diferença. Mas o que pretende demonstrar a estupidez dos outros quase sempre só demonstra a estupidez do tipo de abordagem que se adota. O que é típico dessas “comprovações” é que elas ignoram a experiência.

A comprovação diz que as pessoas acham que caixas claras pesam menos do que caixas escuras – isso corresponde, de fato, à experiência comum. Caixas de cor clara são, em sua maioria, de papelão; por não serem muito estáveis, não são muito adequadas para acondicionar coisas pesadas. Para transportar mercadorias mais pesadas são utilizadas caixas de madeira. Novamente um valor que foi retirado da experiência: quanto mais escura a madeira, mais estável a caixa, e com mais peso ela pode ser carregada. Porém, qualquer impressão passada por uma cor, vale apenas enquanto ela corresponder à experiência. Os homens que têm como profissão carregar caixas, são peritos em avaliar pesos, e não se deixam enganar pela cor das caixas.

Todos, automaticamente, calculam o peso de um objeto, antes de tentar erguê-lo do chão. Esse comportamento só se torna consciente depois de já se terem feito algumas avaliações falsas; pois, ao levantar um objeto de mau jeito, pode-se causar graves danos à coluna vertebral.

Observação: “comprovações” manipulativas parecem vir sempre dos Estados Unidos. A América do Norte é, no tocante aos que creem no poder da manipulação, o país das infinitas possiblidades. Truques que todos aqui já devem ter visto, lá parecem ser tomados por verdades científicas. Os americanos se vingam, publicando demonstrações da estupidez humana com a referência “comprovado na Europa”.

Vale, como regra geral: quanto mais conhecidas as propriedades de um objeto, menos funcionam as manobras manipulativas. O que é mais pesado: uma lata de tinta branca ou uma lata de tinta preta? A maioria responde que ambas pesam o mesmo, pois têm o conhecimento empírico disso. O que é mais pesado: um cubo de espuma de borracha preta ou um cubo de mármore branco? Naturalmente todos irão de imediato dizer que o cubo de mármore branco é mais pesado. A impressão de um peso advém não apenas de sua cor; o fator decisivo é, em geral, o material de que a coisa é feita. Toda impressão advém da soma das experiências.

44 A bandeira alemã, errada, segundo as regras da heráldica: o ouro deveria estar entre o vermelho e o preto, pois nos brasões, que eram esmaltados, as cores deveriam ficar separadas por partes metálicas.

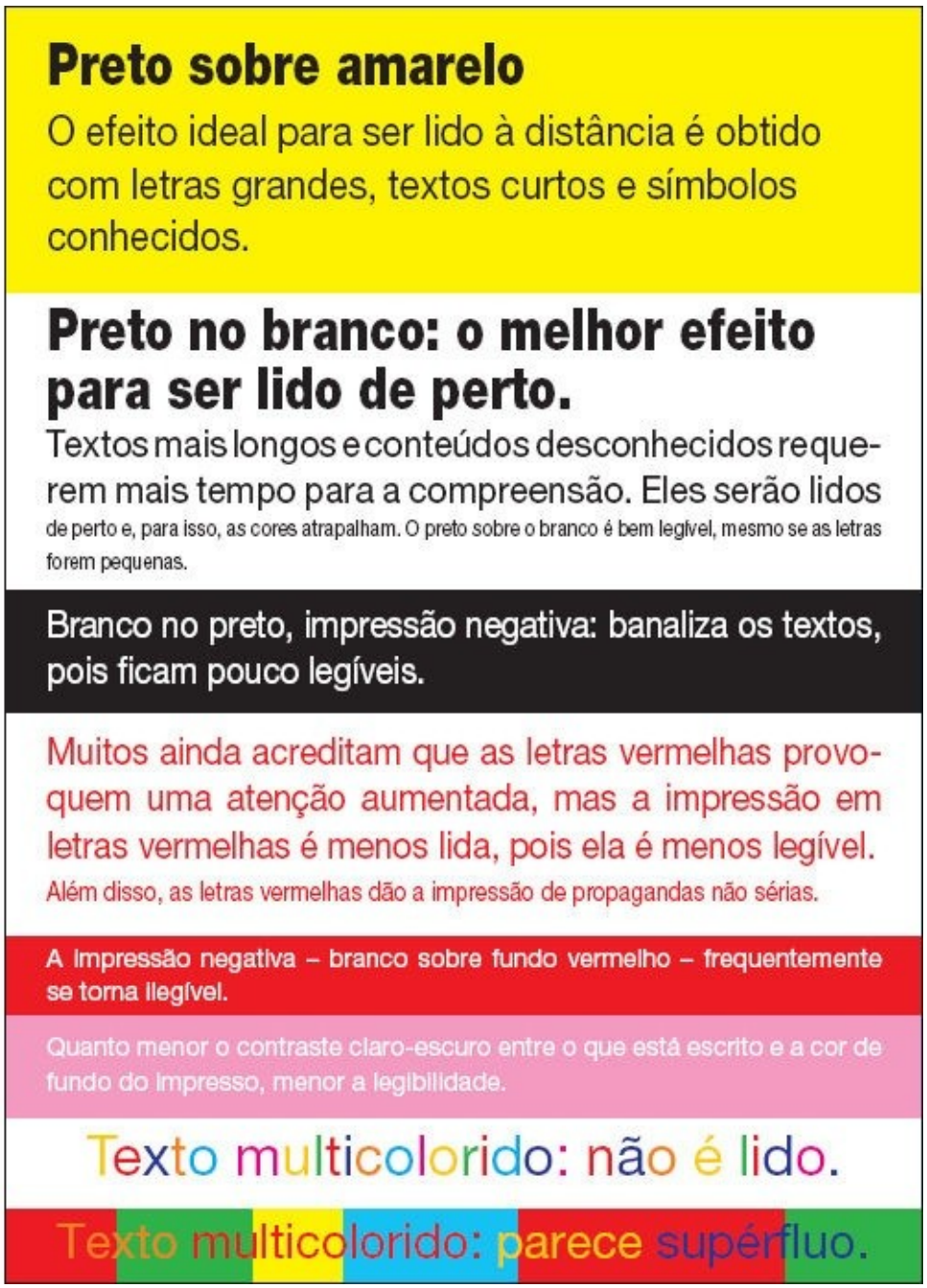
45 A estrela preta, símbolo da liberdade da África.

46 Correta pelas leis da heráldica: a bandeira da Bélgica.

47 A Kaaba em Meca. Emparedada dentro dela está a estrela preta, símbolo de todos os pecados. O santuário é coberto por um enorme pano de seda preto, que é substituído a cada ano.

48 + 49 O preto causa uma impressão bem mais forte do que o branco; desse modo, na figura da esquerda reconhecemos primeiramente os perfis, na da direita, primeiramente o vaso.

50 As cores primárias internacionais para impressão a quatro cores: Y = *yellow*/amarelo; M = magenta/vermelho; C = cíano/azul; B = *black*/preto.


Preto sobre amarelo
O efeito ideal para ser lido à distância é obtido com letras grandes, textos curtos e símbolos conhecidos.
Preto no branco: o melhor efeito para ser lido de perto.
Textos mais longos e conteúdos desconhecidos requerem mais tempo para a compreensão. Eles serão lidos de perto e, para isso, as cores atrapalham. O preto sobre o branco é bem legível, mesmo se as letras forem pequenas.
Branco no preto, impressão negativa: banaliza os textos, pois ficam pouco legíveis.
Muitos ainda acreditam que as letras vermelhas provoquem uma atenção aumentada, mas a impressão em letras vermelhas é menos lida, pois ela é menos legível.
Além disso, as letras vermelhas dão a impressão de propagandas não sérias.
A impressão negativa – branco sobre fundo vermelho – frequentemente se torna ilegível.
Quanto menor o contraste claro-escuro entre o que está escrito e a cor de fundo do impresso, menor a legibilidade.
Texto multicolorido: não é lido.
Texto multicolorido: parece supérfluo.

51 Para a legibilidade do impressos coloridos:

52 O círculo das cores. Nele se reconhecem as cores complementares. Este simples círculo contém as três cores básicas puras: vermelho, amarelo e azul, e as três cores mistas: laranja, verde e violeta. Cada cor mista resulta da mistura das cores puras que se encontram a cada um de seus lados; assim, o verde está entre o azul e o amarelo. As cores que estão umas diante das outras constituem as chamadas cores complementares. Elas são: vermelho e verde; azul e laranja; amarelo e violeta. Ver também → Fig. 95.

BRANCO

A cor feminina da inocência.

Cor do bem e dos espíritos.

A cor mais importante dos pintores.

Você conhece mais tons de branco do que os esquimós? 67 tons de branco

1. O branco é mesmo uma cor? Ou uma cor primária?
2. O princípio e a ressurreição
3. A cor do bem e da perfeição
4. A cor unívoca
5. O branco feminino
6. Prenomes e cores
7. Limpo e esterilizado
8. A cor da inocência e do sacrifício
9. O branco como cor de luto
10. A cor dos mortos, dos espíritos e dos fantasmas
11. A moda mundial em branco
12. O branco na política
13. O branco dos esquimós e a Bíblia
14. A cor do *design* minimalista
15. O branco é vazio e leve – e fica acima
16. Os alimentos brancos
17. O branco dos artistas
18. Símbolos de *status*: colarinhos e coletes brancos
19. Que traje veste a noiva?
20. Regras para cores e vestidos, para a noiva e os convidados

Você conhece mais tons de branco do que os esquimós? 67 tons de branco

Por exemplo, o “branco de chumbo” não tem nada de cinzento; trata-se de uma cor artística conhecida há muito tempo, fabricada a partir do chumbo – entretanto, radiosamente branca.

Nomes dados ao branco coloquialmente e seus nomes artísticos: Branco albino Branco amarelado Branco antigo Branco Atlas Branco bege Branco cal Branco cera Branco chumbo Branco cinza pálido Branco cinzento Branco cisne Branco creme Branco cru Branco de alabastro Branco de alumínio Branco de Krems Branco dente Branco deque Branco desmaiado Branco diamante Branco farinha Branco floral Branco gelo Branco gesso Branco giz Branco hibernal Branco lã Branco leite Branco lírio Branco lívido Branco lua Branco manteiga Branco mármore Branco mofo Branco nevasca Branco neve Branco opala Branco palhaço Branco pálido Branco papiro Branco porcelana Branco prata Branco puro Branco queijo Branco raiz-forte Branco rouparia Branco sebo Branco titânio Branco velho Branco verniz Branco vidoeiro (*betula alba*) Branco zinco Branco-sujo Camurça Casca de ovo Cores de champanhe Cores naturais Exangue Incolor Isabelina Loiro oxigenado Loiro platinado Madrepérola Marfim Nácar Palidez cadavérica Ultrabranco

1. O branco é mesmo uma cor? Ou uma cor primária?

Na simbologia, o branco é a mais perfeita entre todas as cores. Não existe nenhuma “concepção de branco” com significado negativo. Porém a perfeição também cria distanciamento: apenas 2% dos entrevistados citaram o branco como cor predileta. E quase a mesma proporção – 2% dos homens, 1% das mulheres – citaram o branco como cor menos apreciada.

Assim como acontece em relação ao preto, em relação ao branco também sempre se coloca a pergunta: o branco é uma cor? Não – se acaso estivermos falando das cores da luz. Pois no sentido da física, na Teoria da Óptica, o branco é mais do que simplesmente uma cor, ele é a soma de todas as cores da luz. Num arco-íris a luz incolor é decomposta em suas partes constitutivas, em luz vermelha, laranja, amarela, verde, azul e violeta. Como cor luminosa o branco não é cor.

Em virtude disso, para os impressionistas, que trabalhavam em sintonia com o colorido da luz, o branco era uma “não cor”. E no entanto eles utilizavam cores brancas, pois na pintura o branco não pode ser obtido a partir da mistura de outras cores – ao contrário do que ocorre com o preto. Os impressionistas utilizavam inclusive mais branco do que os pintores de outras épocas, pois as pinturas impressionistas são pintadas sobre um fundo branco, ao passo que seus predecessores usavam fundo marrom ou cinzento.

Quando se fala das cores das coisas, das cores de quaisquer tipos de materiais e substâncias, das cores como substâncias que vinham em tubos, frascos, cadinhos e doses, aí é preciso se perguntar outra vez: o branco é uma cor? Sim – inclusive a mais importante de todas.

Entre as cores da luz e as cores dos pintores e dos materiais de pintura jaz a diferença fundamental: é a diferença entre a teoria da óptica e a prática da visão.

Nenhuma outra cor é produzida em quantidades maiores do que o branco. Para todo pintor, em princípio o branco é a cor mais importante, todo pintor tem em sua paleta a cor branca, a maioria inclusive tem nela vários tons de branco. O branco é sempre comprado em tubos maiores. Como coloração de material de pintura, o branco é a quarta cor primária – pois ela não pode ser obtida pela mistura de outras cores.

No que concerne à simbologia das cores: para ela, o branco é realmente, e

sem a menor sombra de dúvida, uma cor. O que é branco não é incolor. Vinculamos ao branco sentimentos e propriedades que não atribuímos a nenhuma das outras cores.

2. O princípio e a ressurreição

O princípio: branco 45%· verde 22%

O novo: branco 28%· amarelo 13% · azul 12% · verde 11% · prata 9%

O branco é o início. Quando Deus criou o mundo, seu primeiro comando foi: “Faça-se luz!”

Fazendo-se associações com a luz, assim tem início a simbologia do branco. Em italiano se diz: “*bianco*”, em francês “*blanc*”, que correspondem ao alemão “*blank*” (em branco, vazio). Em grego, o branco se chama “*leukos*”, daí vem o alemão “*leuchten*” (brilhar, iluminar). Em muitas línguas, “branco” e “preto” são as primeiras palavras para as cores, como diferenciação entre claro e escuro, entre o dia e a noite. Essa é a mais fundamental diferenciação de todas as cores.

Contudo, no transcorrer dos séculos, quando essa diferença já havia há tempo se tornado evidente, desenvolveram-se novas designações de cores, resultantes de outras experiências igualmente importantes. Em muitas línguas, o nome de alimentos cunharam o nome de cores: em alemão, “*Weiß*” (branco) e “*Weizen*” (trigo) estão entrelaçados; em inglês ocorre o mesmo com “*white*” e “*wheat*”, e na Suécia com “*vit*” e “*vete*”. “*Weißbrot*” é pão branco, o pão de trigo; “*Weißbier*”, a cerveja branca é, do mesmo modo, feita de trigo.

O início do mundo é também o início do mal. Mas em todas as religiões ocorre também um início do bem: a ressurreição, a remissão dos pecados. Branco é a cor da ressurreição.

O Cristo ressuscitado aparece pintado em vestes brancas. Todos os ressuscitados aparecem vestindo branco diante de Deus: o “domingo branco” é o domingo após a Páscoa, para as crianças católicas é o domingo da primeira comunhão. A hóstia, que simboliza o Cristo vivo, é branca. As crianças são batizadas com roupas batismais brancas – é o início da vida cristã.

Antigamente as jovens iam a bailes de debutantes para iniciar sua vida social. Nas assim chamadas altas rodas esse costume é mantido até hoje – as debutantes sempre trajam vestidos de noite brancos.

Um símbolo do início é o ovo branco. Existe um mito mundialmente propagado, de que o mundo saiu de um ovo. O ovo, como símbolo do início, no cristianismo é também símbolo da ressurreição: Cristo ressuscitou na Páscoa, e por isso nessa data são oferecidos ovos. Em alguns países, no último dia do ano

as pessoas comem roscas ou panquecas, que trazem felicidade por serem alimentos feitos só de ingredientes brancos – ovos, farinha e leite.

O leite, a primeira nutrição que o homem recebe, é branco. Na história da criação do hinduísmo o mundo consistia de um mar de leite. E existe a regra do jogo de xadrez: as brancas começam!

3. A cor do bem e da perfeição

O bem: branco 42%· azul 18% · ouro 15%
A verdade: branco 35% · azul 23% · ouro 21%
O ideal / a perfeição: branco 26%· ouro 19% · azul 17%
A honestidade: branco 33% · azul 22% · ouro 16%

Branco-azul-dourado são as cores da verdade, da honestidade, do bem. O branco ao lado do dourado e do azul: um acorde mais ideal não se pode imaginar. O branco puro toma do ouro o material esplendor; o versátil azul se torna, ao lado do branco, a cor das virtudes espirituais.

Branco é a cor dos deuses: Zeus apareceu para Europa como um touro branco, para Leda ele apareceu como um cisne branco. O Espírito Santo se mostra como uma pomba branca. Cristo é o cordeiro branco. O unicórnio branco é o animal símbolo da Virgem Maria. E os anjos na maioria das vezes são pintados vestindo branco e com asas brancas. Os demônios, ao contrário, têm asas pretas – em sua maioria são asas de morcego.

Os animais brancos, quando não são deuses eles mesmos, têm alguma ligação com o divino. Na Índia, o gado branco é a corporificação da Luz. Na China, as garças brancas e a Íbis são pássaros sagrados da imortalidade. Os grandes pássaros brancos são enviados celestes, pássaros alvissareiros; daí surgiu a lenda de que os recém-nascidos seriam trazidos pelas cegonhas.

A cor dos deuses se tornou a cor dos sacerdotes. O branco é, desde a Antiguidade, a cor predominante das vestimentas sacerdotais.

Na Igreja Católica, o branco é a cor litúrgica dos mais eminentes festejos. No Natal, na Páscoa, em todas as festas que são datas comemorativas para prestar honrarias a Cristo, a Maria ou a quaisquer outros santos que não sejam mártires (nos dias dos mártires a cor é o vermelho, cor do sangue), os clérigos católicos vestem branco durante a missa. Às vezes, as batinas são tão ricamente bordadas a ouro que o branco mal se vê.

Exceção feita a esses serviços brancos prestados a Deus e fora da igreja, somente o Papa traja branco. Na Igreja Católica vale a regra de cores: quanto mais alta a posição hierárquica, mais claras são as vestes. Um padre traja preto, um bispo violeta, um cardeal vermelho, o Papa branco. Branco é a cor de sua categoria.

O branco, como cor proeminente, é usado também por reis e rainhas nas ocasiões mais importantes: na coroação, reis e rainhas trajam branco. A rainha Elisabeth profere sempre seu discurso anual de abertura do parlamento vestida de branco → Fig. 53.

Antigamente, a pele mais nobre era a do arminho, que é um animal marrom, parecido com a doninha, cuja pelagem no inverno se torna branca, e somente a ponta de sua cauda permanece preta. Somente os reis tinham permissão para usar arminho. Quando o príncipe Charles, em 1969, foi coroado príncipe da Gales, ele usou uma capa guarnecida de arminho – até mesmo a coroa confeccionada para essa ocasião era ornamentada de arminho, com a característica mancha preta.

Soberanos democraticamente eleitos também aplicam a simbologia dessa cor: não é por acaso que a residência oficial do presidente americano é chamada de “Casa Branca”.

Também na moda tradicional para cavalheiros o branco é a cor suprema: “*white tie*” (gravata branca) consta nos convites internacionais para grandes bailes, nos convites franceses “*cravate blanche*” – pois efetivamente isso significa a exigência de comparecer com gravata branca, algo muito diferente: os cavalheiros devem se apresentar vestidos de fraque, e com fraque sempre se usa gravata branca. Só um garçom usaria uma gravata preta com fraque. Um convidado, ao contrário, só usa gravata preta quando traja *smoking*. “*White tie*” impõe também às senhoras o traje obrigatório: vestido longo de noite. Na entrega anual do Prêmio Nobel pode-se ver essa culminância dos trajes de festa. Também o querido e inconvencional Günter Grass usou em 1999, quando lhe foi outorgado o Prêmio Nobel de Literatura, um fraque com sobrecasaca e gravata branca. As senhoras da família real sueca ouviram os discursos, como de costume, em vestidos de baile típicos, com saia rodada.

O branco é uma cor absoluta. Quanto mais puro o branco, mais perfeito ele é. Qualquer acréscimo só virá reduzir a perfeição.

4. A cor unívoca

A clareza: branco 36%· preto 25% · azul 13% · vermelho 10%
A exatidão: branco 20% · preto 17% · azul 16% · prata 8%

A clareza e a exatidão são os dois componentes mais fortes da verdade. Branco ou preto, sim ou não, entre eles nada deve haver. De ambos esses conceitos resulta o acorde branco-preto-azul.

Se bem que a verdade é mais diferenciada do que uma simples decisão entre extremos. A aparência pode enganar: “Vacas pretas também dão leite branco”, costuma-se dizer com cuidado, ou: “De um ovo branco pode saltar um pintinho preto.” Quem quiser transformar o preto em branco tenta o impossível, quer “alvejar um africano” ou quer “encontrar um corvo branco”. O branco contra o preto, essa é a batalha do bem contra o mal em muitas variantes. O dia contra a noite; anjos contra demônios; de Branca de Neve – que traz o branco no nome – contra a bruxa má; nos filmes toscos de *cowboy*, os mocinhos usam chapéus brancos e os bandidos, chapéus pretos.

Em inglês, branco significa também “decente”. Uma “mentira branca”, a *white lie*, é uma mentira cortês. Com branco, tudo se torna positivo.

5. O branco feminino

O sussurrante: branco 30%· rosa 15% · cinza 12% · azul 10% · prata 8%

Branco é o nome de cor mais comum internacionalmente, mas apenas e exclusivamente como nome feminino: “Branca” – em italiano “Bianca”, em francês “Blanche” e “Blanchette”, do nome celta “Genevieve” veio “Jennifer”, do nome romano “Candida” veio “Candy”, e também o inglês “Fenella” e o irlandês “Finola”, traduzidos significam Branca. São especialmente apreciados os nomes de flores brancas como nome de meninas, como Jasmim, Lili, Camila e Margarida. Daisy é o nome americano da margarida. A mais famosa portadora desse nome é Daisy Duck, a pata branca. Todos os nomes derivados de flores estão reunidos na seguinte sessão → Branco 6.

O branco é feminino, é nobre, mas é fraco. Suas cores simbólicas contrárias são o preto e o vermelho, as cores do poder e da força. Sua cor contrária psicológica é sobretudo o marrom. Não existe nenhum acorde cromático em que o marrom figure ao lado do branco, pois nada pode ser ao mesmo tempo puro e sujo, nem leve e pesado. O branco é a cor do silencioso; o acorde branco-rosa-cinza contém todas as cores de caráter reservado.

Na simbologia chinesa do Yin-Yang, o branco também pertence ao feminino, ao Yin. Na Astrologia, o branco pertence à Lua, outro símbolo feminino. Mas como o Sol é dourado, logicamente o prata combina melhor com a luz da Lua, em função disso a maioria dos astrólogos substituem o branco pelo prata → Prata 8.

Pela divisão medieval dos quatro temperamentos, que são subdivididos também em cores, temos:

Vermelho para o temperamento sanguíneo;
Amarelo para o colérico;
Preto para o melancólico;
Branco para o fleumático.

Branco é a cor dos tipos cujo caráter é tranquilo, passivo.

6. Prenomes e cores

O significado dos nomes se refere ao idioma de origem. Para vários nomes outros significados são também possíveis, aqui são dados somente os que têm relação com as cores. A diferente frequência com que aparecem nomes femininos e masculinos derivados de cores indica se a cor é percebida preferencialmente como masculina ou feminina. São todos nomes cujo uso é permitido na Alemanha.

Nomes brancos de meninas	Nome brancos de meninos
As brancas: Alba, Albine (latino), Bianca (italiano), Blanca (suíço), Blanche (francês), Cândida (latino), Candy (inglês), Fenella (inglês), Finola (irlandês), Fiona (celta), Geneviève, Gwendolin (celta), Jennifer (inglês), Nives (italiano), Zuria (basco).	O branco: Albino (latino).
Nomes de Flores: Anêmona, Camilla, Daisy (em inglês, Margarida), Jasmin, Yasemine, Lelia (holandês, Lilie), Lili, Lily, Magnolie, Margerite, Rosalba (italiano, rosa branca), Birke (árvore cujo tronco é branco).	
Pérolas brancas: Margarita, nome latino que gerou: Margarethe, Marga, Grete, Rita, Gitta, Maggie, Marjorie, Margot, Pearl (ing.).	
Nomes pretos de meninas	**Nomes pretos de meninos**
As pretas, as escuras: Melanie (grego), Pamela (inglês), Morena (italiano), Laila, Leila (persa), Maura (latino, a moura).	Os pretos, os escuros: Blacky (forma carinhosa, inglês), Kerry (irlandês), Krishna (ind.), Mauritius (latino, o mouro), que gerou: Maurice, Morris, Moritz.

Nomes vermelhos de meninas	Nomes vermelhos de meninos
Scarlett (do inglês, escarlate), Ruby (do inglês “Rubin”), Susanna (do hebraico, lírio vermelho).	Os vermelhos: Robin (inglês), Robinson (filho de Robin) Roy (celta), Rufus (latino), Adam (nome bíblico: criado da terra vermelha), Hyazinth (do francês, granada, a pedra preciosa). Do alemão “*hroth*” que significa “resplendor”, derivados e de significado simbólico-idiomático estreito com “vermelho”, vieram as derivações: Robert, Roger, Roland, Rudolf, Rüdiger, Ruprecht.
Nomes azuis de meninas	**Nomes azuis de meninos**
O azul do céu: Cölestine (latino), Celestina (ital./esp.), Celina, Celine (fran.), Selina, Seline (ingl.), Sinikka (finlandês), Urdina (basco), Saphira (bíblico). Nomes de flores: Bluette (centáureas, em francês), Íris (latino), Akelei (aquilégia).	O azul-escuro: Douglas (celta).
Nomes verdes de meninas	**Nomes verdes de meninos**
As verdes: Chloe (o verdor de maio), Esmeralda (do espanhol). Nomes de árvores e plantas: Flora (latim, deusa da vegetação), Heide, Heidi (paisagem), Ivonne, Yvonne (do francês, teixo), Laurenzia (do latim, loureiro), de onde derivaram: Laura, Lauren, Lauretta, Lorella, Loredana, Daphne (grego), Linda, Linde (tília), Olívia (da oliveira), Phyllis (grego, folhagem), Silva, Sylvia (do latim, selva), Witta (do alto alemão, *der Wald*, a selva).	Nomes de árvores e plantas: Florian (masc. de Flora), Ives, Yves (do francês, teixo), Laurentius (lat., loureiro), que originou: Laurin, Lars, Lorenz, Oleander (italiano), Oliver (do latim, oliveira), Silvan (do latim, *silva*, selva), Silvester, Wito (do alto alemão, *der Wald*, a selva), que gerou: Veit, Vito, Guido.

Nomes amarelos de meninas	Nomes amarelos de meninos
As loiras: Flávia (latino), Biondа, Biondetta (ital./esp.), Blondie (inglês, nome carinhoso), Ginger (do inglês, gengibre), Amarante (flores amarelas).	O loiro: Flavian, Flávio (latino).
Nomes violeta de meninas	**Nomes violeta de meninos**
Nomes de flores: Erika (a urze), Hortense, Hortência, Jolande (do grego), Lila (do francês, lilás), Malwine (a malva), Viola (do latim, violeta), Violet (inglês), Violetta (italiano).	
Nomes cor-de-rosa de meninas	**Nomes cor-de-rosa de meninos**
As rosas: Rosa (latim), Rose, Rosi, Rosalie, Rosita, Rosella (ital.), Sita, Rhoda (grego), Roda, Rosika, Rosetta (do italiano, Rosinha), Rosina (do latim, cor-de-rosa), Amarilla (do grego, Amaryllis).	
Nomes dourados de meninas	**Nomes dourados de meninos**
As douradas: Aurora (latino), Aurelie, Aranka (hung.), Aurica (romeno), Golda (inglês), Goldie (inglês), Goldchen (judaico), Orella (basco), Reja (russo), Zlata (eslavo), Zora.	Os dourados: Aurel, Aurelius (latino), Aurèle (francês), Gildo (do alto alemão), Zlatan (eslavo).
Nomes prateados de meninas	**Nomes prateados de meninos**
Berta (do alto alemão, a brilhante), Phöbe (do grego, radiosa).	Bert (do alto alemão, o brilhante).
Nomes marrons de meninas	**Nomes marrons de meninos**
	Os morenos:

As morenas: Amber (árabe), Ambre (francês), Brunella (italiano), Brunhilde (alto alemão), Erda (deusa da terra nórdica), Úrsula (do latim, ursa), Bernadette (do francês, ursinha).	Björn (norueguês), Bruno (lat.), Duncan (irl., guerreiro moreno), Urs (lat./suíço, urso). Todos os nomes compostos com "Bern" contêm "marrom".
Nomes cinza de meninas	**Nomes cinza de meninos**
As cinzentas: Ash (americano, "da cor da cinza"), Cendrine (francês), Cinderella (inglês), Cindy (forma abreviada), Griselda (latino), Griseldis (francês), Zelda (forma abreviada).	

7. Limpo e esterilizado

A pureza / a limpeza: branco 85% · azul 8% · prata 3%

A limpeza é externa, a pureza vai mais a fundo; ambas estão associadas ao branco, não existem alternativas.

O que precisa ser higiênico é branco. Qualquer mancha de sujeira se torna visível, tornando a limpeza fácil de controlar. Apesar de todas as cores da moda, a maioria usa roupa íntima branca.

A vestimenta branca é obrigatória nos lugares em que se produzem produtos alimentícios: cozinheiros, padeiros e açougueiros vestem branco. Em contraposição, os comerciantes de vegetais e de alimentos não processados, ou já embalados, podem usar roupas de cor.

Os que cuidam dos doentes precisam se vestir inteiramente de branco. Também a mobília dos hospitais é laqueada de branco. A atmosfera esterilizada dos hospitais é um contexto onde a cor branca sugere associações negativas. Fazemos automaticamente a associação de alguém gravemente enfermo com alguém deitado numa cama forrada de branco. Para tornar a atmosfera hospitalar mais amena e amigável, os quartos são pintados de amarelo-claro e de um suave tom de rosa.

Embora o branco – paredes brancas ou empapeladas na cor branca – seja a cor preferida para interiores, em quartos de hotel ela desagrada. Um aposento branco é acolhedor graças aos toques coloridos de nossos pequenos objetos pessoais. Um ambiente absolutamente branco, tão a gosto dos decoradores, logo será decorado – “arruinado”, na opinião dos *designers* – com a maior quantidade possível de objetos e adesivos coloridos – iniciativa de quem terá que trabalhar nele, para desse modo quebrar a esterilidade do branco.

8. A cor da inocência e do sacrifício

A inocência: branco 68% · rosa 16%

O branco é imaculado, isento dos negros pecados; branco é a cor da inocência. Para expulsar bruxas e demônios, os supersticiosos fazem oferenda dos “três presentes brancos”, em geral farinha, leite e ovos. Nas histórias bíblicas são oferecidos principalmente pequenos animais brancos em sacrifício, para expiar as culpas humanas. O animal mais típico para ser oferecido em sacrifício é o inocente cordeiro branco. Jesus, que se sacrificou pelos pecados da humanidade, é o branco cordeiro de Deus. O cordeiro sacrificado é sempre branco, e o bode expiatório sempre preto.

O lírio branco é símbolo da paz, da pureza e da inocência. O lírio branco, também chamado “flor de Nossa Senhora”, simboliza a imaculada concepção de Maria. Não por acaso é um lírio: um botão de lírio tem em sua forma e tamanho uma semelhança bastante realista com um falo. Quando o botão do lírio se abre, assemelha-se a um trompete, e segundo crenças antigas Maria teria engravidado pelas vias auditivas, quando ela ouviu a palavra divina. Quando a sexualidade é pecado, o branco é a cor da inocência.

9. O branco como cor de luto

O branco como cor destituída de cor – é nesse sentido que o branco é a cor do luto. O branco do luto nunca é um branco radiante, nunca em tecidos brilhantes. Quem está de luto e veste branco, veste roupas opacas. Assim como o uso de roupas pretas, o luto branco também imprime a renúncia ao cultivo da imagem por parte de quem o usa.

A vestimenta de luto branca pertence à ideia religiosa da reencarnação, que não encara a morte como a despedida final do mundo. Na Ásia, onde essa crença se encontra em casa, o branco é a cor tradicional do luto → Preto 4.

Antigamente, também na Europa o branco estava difundido como cor de luto. Em muitas regiões, as mulheres usavam nos funerais longos panos brancos, que lhes cobriam a cabeça e o tronco. Rainhas e princesas se enlutavam trajando branco. Seu *status* não permitiria que usassem preto, como o comum dos mortais. Maria também, como mãe enlutada de Deus, é representada num manto branco.

10. A cor dos mortos, dos espíritos e dos fantasmas

Os mortos são vestidos de branco, para que vistam branco quando ressuscitarem. Pela velha tradição, branco é a cor das flores e dos círios para os mortos. Nos rostos dos mortos faltam as cores da vida – em linguagem poética dá-se a isso o nome de "*Verblichene*" – desvanecidos.

Envoltos em suas mortalhas vagam sem descanso as almas amaldiçoadas, que não encontram paz no além. Certas dinastias principescas têm seus fantasmas particulares: entre os von Hohenzollern assombra uma "mulher branca", uma antepassada de quem se diz ter assassinado seu marido e seu filho, e que agora anuncia a morte de outros pecadores da família.

Em algumas regiões durante a noite, pelos campos, vaga um mulher branca. É um demônio feminino da fertilidade, e caso ela se encontre com um casal de namorados locais, ela os "abençoa" – a mulher fica grávida.

11. A moda mundial em branco

Após a Revolução Francesa, e uma vez ultrapassada a moda mais dispendiosa de todos os tempos – a dos trajes no estilo “Rococó” – veio a moda imperial (até 1830). As senhoras só vestiam o vestido *chemisier,* um vestido simples, sem mangas, sem cintura, franzido debaixo do busto e acima um pequeno decote. Especialmente notáveis eram os tecidos: transparentes, vaporosos e brancos. Por que de repente entrou na moda uma roupa tão simples?

Novamente, o motivo decisivo para a transformação na moda foi a transformação na sociedade. A Revolução Francesa foi o triunfo da burguesia sobre a velha nobreza. Agora os burgueses se esforçavam para dar provas de seu valor. Os valores da burguesia: liberdade, igualdade, fraternidade.

A moda rococó por toda parte exigira artificialidade: cinturas apertadas, panturrilhas acolchoadas, o cabelo escondido debaixo de perucas e o rosto coberto de branco. O ideal de liberdade exigia a “volta à natureza”, e a nova moda buscava, em lugar de corpetes, um aspecto natural.

A antiga moda, criada pela nobreza, era uma demonstração de riqueza; o que a burguesia desejava demonstrar era sua grandeza espiritual. A renúncia aos valores exteriores deveria apontar para os valores internos.

A moda uniformizante dos *jeans* no século XX serviu como expressão de uma atitude progressista, a de não julgar ninguém por seu aspecto exterior – a do século XIX se manifestou também, por intermédio de uma vestimenta branca uniforme, o sentimento de pertencimento comum a uma camada da sociedade que desejava representar os verdadeiros valores da cultura.

Napoleão favoreceu na França o “estilo imperial”, que no resto da Europa correspondia ao estilo do classicismo. Goethe descreveu em sua Teoria das Cores a moda de 1800: “As mulheres andam agora quase inteiramente vestidas de branco, e os homens de preto.” Os trajes pretos eram, fazia tempo, costumeiros para os dias de festa – os brancos, contudo, eram novidade. Essa moda feminina branca converteu-se em moda mundial, pois expressava o ideal do classicismo – era clássico-grega.

Naquele tempo, a burguesia sonhava com a Grécia Antiga. Esse sentimento fica patente na passagem mais célebre da “*Ifigênia*” de Goethe: “...procurar com a alma a terra dos gregos...” A Antiga Grécia fora idealizada como a democracia

perfeita, onde os filósofos eram mais importantes que os políticos e os homens eram valorizados de acordo com seus méritos no campo do saber e da arte. Foi esse ideal que permitiu que Napoleão Bonaparte, membro de uma família burguesa empobrecida, tenha se erigido Imperador.

Os arquitetos tentavam ressuscitar a Antiguidade. O estilo classicista de construções era concebido como uma fiel reprodução do estilo grego. Tudo era branco. A imagem típica do classicismo, de acordo com os antigos: filósofos vestidos de branco e disputando entre si caminhavam entre as colunas de mármore. Como enfeite das vestimentas somente suas pregas, como decoração arquitetônica apenas um relevo – a simplicidade branca é sublime.

Inspirado pela Antiguidade branca, Goethe escreveu: “Os homens cultivados têm certa aversão pelas cores.” Quanto mais cores, mais bárbaro o gosto, nisso Goethe e seus contemporâneos estavam de acordo: “Os homens em estado de natureza, as pessoas rudes e as crianças sentem uma grande atração pelas cores altamente energéticas... eles têm também uma inclinação por tudo que é colorido.”

Goethe se enganava, no que dizia respeito ao gosto dos gregos cultivados. Quando ele publicou sua Teoria das Cores, pesquisadores da Antiguidade descobriram que os templos gregos, e até mesmo as estátuas, originalmente haviam sido pintadas. As paredes dos templos haviam sido também pintadas, tanto por fora como por dentro, com frisos, os ornamentos vegetais nas colunas eram verdes, as figuras em mármore originalmente estavam desenhadas com vestidos coloridos e cor natural de pele, com olhos de pedras de vidro coladas, coloridas. O que Goethe e seus contemporâneos acreditaram ser perfeito eram ruínas, das quais a cor havia se dissipado.

Em 1817, o arqueólogo britânico William Gell escreveu acerca das redescobertas cores da Grécia Antiga: “Nenhuma nação jamais demonstrou à luz do dia uma maior paixão por cores vibrantes.” Goethe não conseguia acreditar nisso.

A moda feminina do classicismo à grega renunciou às cores, mas contava com outro tipo de atrativos: as mulheres extravagantes se vestiam como as deusas gregas, e com seus tecidos transparentes davam a impressão de estarem nuas. Não lhes faltavam nem as sandálias com correias de couro que iam até as panturrilhas. Não usavam meias, mas sim adornos de ouro nos dedos dos pés. A moda estabelecia que o vestido, o calçado e os adornos não pesassem ao todo mais do que 250 gramas. Um detalhe interessante era que a bolsa de mão tinha o formato de um vaso grego. A elegante Madame Récamier aparece no retrato

pintado por Jacques-Louis David sobre um divã reclinado com cabeceira mais alta e suavemente recurvada e que em sua honra foi cunhado com o nome de Récamière, trajando um vestido *chemisier* branco que não deveria se diferenciar em nada de sua camisola de dormir. Seu cabelo está curto e preso conforme o das estátuas gregas. Descalça, tal qual uma estátua, ela recebia assim a seus hóspedes e amigos – ainda com a idade de 65 anos.

Apenas que o vestido de deusa não era muito adequado ao clima frio: muitas senhoras vieram a morrer por infecção pulmonar, mal que foi chamado então de "doença da *mousseline*" – pois os vestidos eram de *mousseline,* uma cambraia especialmente fina.

A moda do vestido no estilo grego era pouco prática demais para poder durar. O branco, contudo, atravessou o século na moda, considerada a cor mais elegante. Pois o branco sinalizava o *status* social de quem o vestia. A senhora que vestia branco tinha serviçais às quais delegava o serviço de remover quaisquer manchinhas de sujeira que aparecessem no tecido. Com a moda do vestido branco surgiu também o vestido branco de noiva → Branco 19.

12. O branco na política

O maior simbolismo político do branco é como cor da capitulação. Quem mostra a bandeira branca não quer mais – ou não pode mais – lutar. No dia 29 de abril de 1945, a população de Munique foi solicitada pelo rádio a dependurar lençóis de cama nas janelas para esperar em paz pelos soldados americanos, sem oferecer resistência. Esses lençóis foram as bandeiras brancas da rendição. No dia 30 de abril Hitler se suicidou. No dia 8 de maio de 1945, pendiam por toda a Alemanha lençóis nas janelas: esse foi o dia da capitulação incondicional, finalmente a Segunda Guerra Mundial havia ficado para trás.

Como cor de bandeira, o branco, a cor divina, quase sempre foi a cor da realeza, e como cor dos movimentos políticos, a cor da monarquia absolutista. O primeiro movimento cujos adeptos se autodenominaram “os brancos” surgiu em 1814 na França, após a queda de Napoleão, quando os Bourbons se propuseram a recuperar o poder. Lutaram sob uma bandeira branca com a flor-de-lis e propagaram o branco como cor da monarquia – de origem supostamente divina. Ao “terror vermelho” da Revolução sucedeu o “terror branco” da Restauração.

Na Revolução Russa, entre 1918 e 1920 batalharam entre si os “vermelhos” contra os “brancos” – os comunistas contra os adeptos do tsarismo despótico.

Eclodiu na Itália, em 1871, uma nova briga acerca da questão da divisão de poderes entre o rei e o papa. A “fração branca”, como sempre, apoiou o rei, a “porção negra” representava a religião. Assim, excepcionalmente, o papa esteve, dessa vez, do lado negro.

13. O branco dos esquimós e a Bíblia

A “morte branca” é a morte por congelamento. Muitos animais de pelo, durante o inverno, desenvolvem uma pelagem branca, para se tornarem se invisíveis na neve. Os ursos polares têm sob sua pelagem branco uma epiderme muito escura, para melhor reter sob a pele os raios solares que lhes atravessam os pelos.

Pertence ao inverno – não no mundo inteiro, mas na Alemanha sim – o frio acorde branco-cinza-prata-azul. Sonhamos com um “Natal branco”, pois sem a neve tudo o que temos é um Natal verde. Entre nós, o “branco da neve” é o branco mais branco. Nada é tão branco quanto a neve recém-caída, sobre a qual o sol brilha.

Os esquimós – e isso já entrou para a sabedoria popular – conhecem muitos nomes para a cor branca, e o tempo todo tem sido comentado nos jornais que existem quarenta diferentes palavras para o branco, ou ainda mais. Isso pode parecer estranho, mas é compreensível, tendo em vista que os esquimós precisam encontrar orientação em meio a um universo branco. Hoje em dia, os pesquisadores de línguas descobriram que não se trata exatamente de palavras para o branco, e sim para a neve em suas diferentes consistências. Os esquimós, como verdadeiros peritos em neve, não dispõem de uma palavra específica para ela – nenhuma palavra que resuma todos os possíveis tipos de neve.

Sob o espanto acerca do estranho modo de vida dos esquimós, parecemos ter esquecido o fato de que os especialistas num assunto têm sempre uma imensidão de conceitos especiais. Os italianos conhecem quinhentos tipos de macarrão – de todo modo estamos sempre encontrando novidades sobre esse assunto. Mas quantos italianos serão capazes de citar um nome que englobe todos os tipos de massa? Certamente também não são todos os esquimós que conhecem quarenta nomes para a neve. E quantos tons de branco um dentista será capaz de citar?

Contudo: quanto mais alguém se torna versado num assunto, mais abrangente se torna seu vocabulário nesse campo. Quem se ocupa de cores pode reconhecer e citar mais cores do que alguém que já tem problemas em diferenciar entre o lilás e o rosa.

E como é que os esquimós diferenciam entre o branco de uma ovelha e o branco de um cão de trenó? Muito simples: esse é um branco ovelha e aquele um

branco *husky*.

Quanto menores as diferenças da cor, mais forte sua dependência de objetos para a definir, e a impressão da cor passa a ser determinada por certas qualidades especiais, como o brilho de uma pelagem.

Em países onde não existe ou há pouca neve, são estabelecidas outras comparações. Nos escritos bíblicos não há nada a ser lido sobre o branco da neve, lá se lê “branco como leite”, ou “como o linho puro”, ou “como a luz”. Uma comparação especialmente bonita é encontrada nos “Cantos de Salomão”, que falam de amor e paixão entre um homem e uma mulher, ambos em estreito contato com a terra, e que diz assim: “Você é bonita, minha amiga... brancos como ovelhas recém-tosquiadas quando saem do banho, é esplêndido o brilho de seus dentes!” Um elogio que certamente deixaria estupefatas as mulheres de hoje.

14. A cor do *design* minimalista

A objetividade / a neutralidade: branco 44% · azul 11% · prata 6% · preto 6%

Preto e branco são as cores preferidas dos *designers* técnicos, pois na qualidade de “não cores” elas não desviam a atenção da função dos aparelhos. Para os técnicos as cores são mera decoração, pois a técnica funciona também sem cores.

O estilo minimalista do desenho técnico conceitua a estética como uma libertação de todos os ornamentos, de todas as cores. Os arquitetos minimalistas criaram edifícios inteiramente brancos, por dentro e por fora, desviando toda atenção para a condução das linhas arquitetônicas – mas frequentemente dando menos atenção às necessidades dos moradores e visitantes dessas construções.

O *design* pós-modernista trouxe de volta as cores e a ornamentação. Cores e ornamentos são agora expressão de vitalidade e sagacidade. Contudo, o branco permanece como cor principal também no *design* da pós-modernidade – tendo se tornado agora a cor de fundo, sobre a qual as demais cores ganham maior destaque na expressão de sua beleza.

E, no entanto, todas as cores ganham maior luminosidade sobre o preto do que sobre o branco, razão pela qual os *designers* preferem apresentar seus projetos sobre um fundo preto → Fig. 58. Mas para todas as grandes superfícies, assim como para cores de interiores, o preto não é apropriado, pois com sua força ele não dá destaque às demais cores, e sim as abate.

Todo estilo que se torne aceito em amplos círculos nasce de algum tipo de necessidade verdadeira. Somente então é possível se perceber um estilo não como alguma coisa imposta, mas como algo contemporâneo, que tem sua razão de ser. O branco não é uma cor da moda – é uma cor moderna.

O perfume mais vendido do mundo, o Chanel n° 5, é vendido desde 1920 numa embalagem branca escrita em preto, e seu único adorno são os cantos pretos da embalagem branca → Fig. 59. Essa simplicidade transmite a impressão de que o Chanel n° 5 é o perfume dos perfumes, totalmente atemporal. O que ele parece ser também.

15. O branco é vazio e leve – e fica acima

A leveza: branco 37% · amarelo 21% · rosa 12% · prata 8% · azul 8%

Onde o branco está, nada está. Em muitas línguas, “branco” tem o mesmo significado de “vazio”. Por isso, na França, uma “voz branca” é uma voz sem som; “uma noite branca”, uma noite não dormida. Em italiano, “*weiß*” é “*bianco*”; um *Blanko Scheck* é um cheque que já está assinado, mas cuja quantia está em aberto.

Album significa “branco” em latim, e um álbum é originalmente um livro branco, vazio, que será preenchido com fotos e recordações da pessoa.

Em sentido figurado, o vazio se associa à ausência de sentimentos; o branco, ao lado do cinza, é a cor da ausência de sentimentos. Até o branco cintilante é frio, como cor.

O branco é também a cor do desconhecido. Em mapas antigos, os espaços brancos correspondiam a regiões inexploradas. Em linguagem polida, uma “mancha branca” significa uma lacuna de conhecimento.

O que está vazio é leve. À leveza está associada a clareza. O branco, a mais clara das cores, é ao mesmo tempo a mais leve. Na vestimenta, essa ligação é conhecida também. As roupas de verão são claras, as de inverno, escuras. As roupas claras refletem muita luz, por isso são frescas.

E, no entanto, os camponeses dos países meridionais há séculos trajam roupas escuras. Por quê? Porque a terra e a lama eram onipresentes em seu trabalho e a água era cara demais para ser desperdiçada com lavagem de roupas. Muitos povos do deserto vestem túnicas pretas, que lhes cobrem o corpo da cabeça aos pés, deixando apenas uma abertura para os olhos. Esse traje consiste de diversas camadas, sob as quais se conserva o ar fresco da casa, onde a pessoa se vestiu.

Automaticamente – ou seja, depois de longa experiência – nós esperamos que as substâncias leves se encontrem em cima das pesadas, e também as cores leves devem estar acima das cores pesadas, esse é um princípio estético. Uma breve carta, uma notificação de poucas linhas, todo texto que não chegue a uma página fica mais equilibrado quando o espaço em branco acima é maior que o abaixo. Sempre a margem de cima deve ser maior do que a de baixo – caso contrário se transmite uma impressão de instabilidade, o texto parece que vai

cair.

Um aposento “invertido”, cujo piso seja branco e o teto preto, passa uma sensação desconcertante a nosso sentido espacial. O teto parece que vai despencar em nossa cabeça, ao mesmo tempo tem-se a sensação de se estar perdendo o chão sob os pés. A pessoa que entrar num ambiente cujo piso esteja pintado de claro e o teto de escuro encolhe a cabeça e, a cada passo, olha, inseguro, em direção ao chão.

16. Os alimentos brancos

Nos alimentos, o branco é frequentemente sinal de depuração – indica que foram descoloridos artificialmente. O açúcar branco é um produto descolorido – já que, originalmente, o açúcar é escuro – e o arroz branco, naturalmente marrom, é um arroz descascado. Os alimentos brancos têm um aspecto mais atraente – mas os consumidores aprenderam que com a cor, muitas vezes, desaparecem também certas qualidades nutritivas.

A margarina é um produto artificial que existe desde fins do século XIX. Seu nome é nobre e adequado à sua cor branca: "margarina" vem de "*márgaron*", que em grego significa "pérola". Outro produto que não é um alimento, mas nem por isso menos conhecido, é o creme Nívea. "*Nivea*" é uma palavra latina, cujo significado torna-se evidente ao colocar-se um acento no "i": nívea, ou seja, da cor da neve. Antigamente, era desse modo que se inventavam nomes de marcas.

A carne de vitela e a carne de frango são chamadas de "carnes brancas", e elas não somente são mais claras do que a "carne vermelha", como também contêm menos gordura – além de um menor valor nutritivo. Também o pão branco tem menor valor nutritivo e menos sabor do que o pão escuro. O vinho branco, que em termos de cor é mais para amarelo, parece ter uma porcentagem menor de álcool do que o vinho tinto – apesar de que isso, em geral, não é verdade.

Branco e azul é a combinação cromática típica dos produtos congelados e das bebidas alcoólicas que devem ser consumidas muito frias. E quando se enfatiza a condição do frescor do produto, a combinação típica passa a ser branco e verde.

Os alimentos brancos adquiriram um atrativo contraditório: parecem finos e puros, mas ao mesmo tempo são artificiais e pouco substanciosos. Da tendência contrária, a de se consumir produtos mais naturais, surgiu o paradoxo de que o açúcar escuro e o arroz integral passem a ser vendidos a preços mais caros do que os mesmos produtos dos quais se tirou a cor. Os produtos naturais, agora, passaram a ser verdadeiros artigos de luxo.

Os alimentos brancos, em princípio, podem ter sabores muito variados. O açúcar é branco – mas também são brancos o sal e a farinha. Por isso, a cor branca é ideal para confundir as pessoas em testes. Se se encher um saleiro com

sabão em pó branco e se pedir a alguém que diga que sabor ela acha que tem o pó granulado, essa pessoa dirá: salgado. Mas, caso se use o mesmo produto num açucareiro, ela dirá que o sabor é doce. Se o mesmo produto for colocado comprimido, dando-lhe a forma de tablete, dirá que seu gosto é neutro. Em forma de caramelo de menta ou de creme batido... todos dirão que deve ter o gosto correspondente ao aspecto que aparenta ter. Mas, quando efetivamente o provarem, saberão imediatamente que se tratava de sabão em pó.

Esse exemplo nos mostra em que medida o efeito de uma cor depende do prévio conhecimento que se tenha dela. E nos mostra, também, que a razão intervém sempre, seja antes, seja após cada influência da emoção.

17. O branco dos artistas

Todos conhecem o giz, mas poucos sabem do que ele é feito: o giz era feito de conchas de mexilhões e pequenos animais marinhos – no Período Cretáceo. Na pintura, o giz é utilizado como base para pinturas, juntamente com o gesso, que é uma pedra branca moída. Giz de lousa e giz pastel – nossos lápis de cera, ou giz de cera – não são feitos de giz, mas de gesso.

Do chumbo se faz o branco mais famoso dos artistas, o branco de chumbo. Os antigos egípcios já conheciam o branco de chumbo. O mais antigo método de fabricação: abastecem-se potes de cerâmica vitrificada com vinagre até a metade; sobre o vinagre são penduradas finas placas de chumbo; os potes são lacrados e enterrados em esterco de cavalo. O estrume produz calor; depois de alguns meses, o vapor do vinagre decompõe as placas de chumbo, que se transformam num pó branco. Esse pó era seco e pulverizado outra vez. Misturado com aglutinantes, era usado como cor para tintas artísticas e decorativas; misturado a materiais gordurosos, era usado como maquiagem.

Quando surgiram as indústrias de cores, o branco de chumbo foi fabricado em grandes quantidades. O branco de chumbo é tóxico – mas naqueles tempos não existiam leis para proteger os operários; o trabalho nas fábricas de branco de chumbo levavam a paralisias e mortes. Não havia mais homens dispostos a trabalhar nessas fábricas, por isso, passaram a contratar mulheres. George Bernard Shaw descreveu essa situação, sem disfarces: em 1900, toda jovem que não fosse suficientemente rica para se casar, ou suficientemente bela para se prostituir, em geral só tinha como escolha ou a lenta autodeterioração nas fábricas de branco de chumbo, ou morrer de fome. Muitas se atiravam n’água – a morte por afogamento era a forma mais comum de suicídio para as mulheres.

Como cor artística, o branco de chumbo era também chamado de branco de Krems. Nenhum branco fazia melhor cobertura – até que surgiu no mercado o branco de titânio, em 1930. É um pigmento mineral artístico, fabricado a partir de um pigmento mineral artificial, feito de minério de titânio preto profundo. O branco titânio não é apenas o mais branco dos brancos; ele é também, na opinião dos especialistas, o melhor branco para todas as técnicas artísticas; e é inteiramente atóxico.

18. Símbolos de *status*: colarinhos e coletes brancos

A cor da camisa que um homem usava no trabalho, antigamente, servia como indicador de seu *status* profissional. Operários vestiam camisas azuis ou cinzentas. Numa camisa branca podia-se reconhecer os de *status* mais elevado, aqueles que não precisavam se sujar para fazer seu trabalho. A cor da gola da camisa, nos Estados Unidos e na Inglaterra, tornou-se um conceito de classes sociais: os operários são os trabalhadores de "colarinho azul", cujo trabalho envolve o uso de força física; os de "colarinho branco" são os profissionais assalariados, que ocupam cargos burocráticos ou administrativos. Nos primeiros anos da IBM, os profissionais assalariados se comprometiam, por contrato, a usar sempre uma camisa branca. Somente a partir de 1970 as camisas masculinas coloridas começaram a ser aceitas no círculo dos funcionários assalariados da área burocrático-administrativa; e somente a partir dos anos 1990 essa aceitação se alastrou para a gerência e cargos diretivos.

As camisas brancas, impecáveis, de uso diário, eram um símbolo de *status*, uma vez que não existiam máquinas de lavar nem tecidos de fácil manuseio. Antigamente, as camisas tinham colarinhos e punhos destacáveis, que se prendiam e soltavam por botões, de tal modo que era desnecessário lavar e passar a camisa toda. As práticas donas de casa recobriam todas as marcas de sujeira com giz.

Para que o branco permanecesse branco, as roupas eram alvejadas colocando-as sobre a grama. A grama alveja, pois desprende oxigênio; quando expostas ao sol e ao ar, as cores desbotam; é nisso que consiste o "branqueamento". Hoje, o peróxido de hidrogênio é utilizado como alvejante.

Os tecidos sintéticos são ainda mais brancos; porém todas as fibras sintéticas são, em seu estado original, cinza. Elas são tingidas com tintas brancas brilhantes. Entretanto, conforme vão sendo lavados, esses tecidos sintéticos vão amarelando. Não há como alvejá-los. Os alvejantes iriam danificar os corantes brancos. Foram desenvolvidos detergentes especiais para os tecidos sintéticos, que contêm partículas fluorescentes, tornando o branco mais brilhante: são os "agentes clareadores".

Ainda hoje, a camisa elegante é a camisa branca. E quanto mais alta a posição profissional, mais conservador é o traje. Daí o conceito de "crime de

colarinho branco” para as ações fraudulentas dentro das comunidades empresariais, para crimes “limpos”, em que não há derramamento de sangue. Trata-se, na maior parte, de dinheiro não declarado, que percorre canais obscuros em “caixas negras”; mas quando a ação é atingida pela luz da notoriedade, o dinheiro está “lavado” e os envolvidos, em sua maioria, estão “limpos”.

O proverbial “colete branco” é símbolo de comportamento impecável – pelo menos pela impossibilidade de se comprovar o contrário. Aqui, o simbólico conta com uma tradição ainda mais antiga: em Roma, aqueles que concorriam a algum cargo político tinham que se dispor a responder às perguntas que o público lhes fazia; nessas apresentações, todos os concorrentes deveriam vestir uma toga branca. Em latim, um branco radiante é chamado de “*candidus*”. Os concorrentes a cargos públicos são chamados, hoje em dia, de “candidatos”.

19. Que traje veste a noiva?

O vestido de casamento branco, com véu e grinalda, nada tem de tradicional. A moda da vestimenta branca para as noivas só surgiu no século XIX.

O que as noivas usavam antes? Elas usavam seu melhor vestido, não havia uma moda para noivas. Contudo, existiam as noivas ricas que se casavam de branco, como Maria de Médici, que se casou com Henrique IV em 1600. Cronistas descreveram seu vestido como sendo de seda branca, adornada com ouro e pedras preciosas, além de uma cauda dourada. Mas não foi Maria de Médici quem lançou a moda do casamento com a noiva usando branco – outros cronistas relataram que ela teria se casado vestida de dourado, já que não se podia mais ver a seda branca por debaixo daquele ouro todo. Apesar de todo esse esplendor, esses vestidos não eram verdadeiramente vestidos de casamento. Pois havia anos que não existia uma cor determinada para os vestidos de casamento, nenhum estilo predeterminado, não existia nem mesmo a ideia de um vestido de casamento.

Na peça *Romeu e Julieta*, de Shakespeare (1597), a condessa Júlia Capuleto deveria se casar, conforme o desejo de seus pais, com o conde Paris. Júlia tinha então catorze anos, que era, em sua época, uma idade apropriada para se casar. Estava tudo preparado, fazia tempo, para uma grande festa; já estavam contratados os vinte melhores cozinheiros de país... porém, na noite anterior à boda, a mãe de Julieta pergunta que vestido irá trajar a noiva. Julieta examina com sua criada os baús e escolhe um vestido, que não é descrito. A questão está resolvida. A condessa Júlia não vestiria nenhuma roupa nova – isso não fazia parte dos costumes daquela época.

Em *As núpcias dos Arnolfini*,[9] pintado em 1434 por Jan van Eyck, pode se ver como as bodas eram celebradas naquele tempo. O quadro não é apenas famoso como ponto alto da arte, mas também porque é uma das primeiras telas a mostrar, em vez de santos, pessoas verdadeiras numa situação real. Também o colorido não é mais simbólico, e sim realístico. A senhora Arnolfini casou-se vestida com um vestido pomposo, de um verde luminoso. O casal fizera seus votos em casa, o que era bem comum naquele tempo, bastava uma testemunha. A testemunha desse casamento foi o pintor, conforme consta numa inscrição do quadro, que não era para servir apenas como uma recordação da boda – era, mais

propriamente, uma ata do casamento. O casamento era então algo muito semelhante a um negócio, um negócio que só podia ser importante para quem tinha dinheiro; nele contavam os direitos hereditários, refletidos no quadro com claro simbolismo: o noivo dá à noiva não a mão direita, mas a esquerda – e os espectadores do quadro ficavam assim sabendo que se tratava de um "casamento de mão esquerda", o que significava que a noiva renunciava a seus direitos hereditários, supõe-se que em favor dos filhos de um casamento anterior do senhor Arnolfini, bem mais velho que ela. A muito jovem noiva (Giovanna Cenami) estava visivelmente grávida, o que não significava à época nenhum desdouro; ao contrário, o fato excluía o risco de um casamento estéril; além disso, o casamento virginal não era ainda um ideal. Surpreendentemente, os historiadores da arte não se cansam de afirmar que a noiva não estava grávida, mas que apenas seguia a moda da época, segundo a qual o ideal de beleza era encarnado pelas mulheres cujo ventre estivesse dilatado. Porém há muitos dados que comprovam a tese da gravidez: a noiva apoia uma mão sobre seu ventre, gesto típico das mulheres grávidas, que na pintura também simboliza a gravidez. E principalmente: qualquer observador da época poderia reconhecer que a noiva não era virgem, pois o fato era revelado por seu penteado. As mulheres casadas à época usavam os cabelos recolhidos e, em locais públicos, sempre recobertos por uma espécie de véu, amarrado como se fosse um gorro. Nas pinturas religiosas, ao contrário, reconhece-se sempre a virgem por seus cabelos soltos, que era o próprio para elas. A senhora Arnolfini, contudo, cobre seus cabelos, com um penteado especial, próprio das mulheres casadas: recolhido para a direita e para a esquerda, como que formando dois chifres – os dois chifres do diabo, que deveriam afugentar os ciúmes das esposas. Acontece que os observadores de hoje percebem uma noiva grávida como inadequada e acreditam que naqueles tempos, quando a moral era ainda mais estrita, teria sido absolutamente impossível se elaborar a pintura de uma noiva grávida. A história resolve a questão: quando essa tela foi pintada, o casamento religioso, realizado na igreja, não existia ainda – uma realidade difícil de se representar hoje em dia.

"O casamento é um negócio mundano", declarou Lutero, querendo com isso dizer que casamento e Igreja nada tinham a ver um com o outro. Na Igreja Católica existem sete sacramentos, ou ações, que infundem a graça divina, e o matrimônio é um deles – mas diferentemente das ações do batismo, da comunhão, da eucaristia ou ordenação sacerdotal, o matrimônio não é outorgado pela Igreja; os contraentes simplesmente se comprometem a levar uma vida que agrade a Deus (na Igreja Evangélica, apenas o batismo e a eucaristia são

sacramentos). Como a Igreja não realizava casamentos, era indiferente o fato de a noiva estar grávida ou não.

A influência da Igreja nas bodas começou com o concílio de Trento (1545-1563). Foi então que se decidiu que todo casamento deveria se realizar diante de um pároco. Mas a cerimônia não acontecia no interior da igreja, e sim diante do pórtico. Até o século XIX, as pessoas de "boa família" não se casavam nem ao menos diante do pórtico, mas sim em seus domicílios ou em algum salão, ao qual o pároco comparecia para oficializar o enlace. Ali era montado um altar provisório, que era desmontado em seguida, pois naquele mesmo local os convidados iriam comer e dançar.

Pouco a pouco foram se estabelecendo os rituais das cerimônias religiosas, mas ainda nenhuma moda para casamentos. Enquanto existiram as regras para as vestimentas, elas foram estipuladas pela Igreja e qualquer tipo de luxo era condenável. Um vestido para um único dia – que pecado! As mulheres usavam seus melhores vestidos nos casamentos. Entre as damas da corte do Rococó eram usados vestidos de baile muito decotados; as noivas camponesas usavam seus trajes de domingo e as mulheres da burguesia quase sempre trajavam seda preta.

Na novela de Charlote Brontë, *Jane Eyre*, publicada em 1847, a protagonista, que trabalha como governanta numa casa muito rica, possui exatamente três vestidos: um para o verão, outro para o inverno e um para ir à igreja. Para o casamento ela ganha um vestido novo, de lã cinza.

A primeira mulher a se casar conforme a moda de hoje foi a mais famosa noiva do século XIX: a rainha Vitória da Inglaterra, que em 1840 contraiu matrimônio com o príncipe Alberto de Saxe-Coburgo-Gotha. A rainha vestia um vestido branco, naturalmente de cetim inglês, e sobre ele – a sensação – um véu de noiva! Uma noiva levando à cabeça um véu era uma novidade – o véu costumava ser usado somente após o casamento!

O uso do véu pela rainha Vitória foi interpretado na ocasião como uma referência ao véu das freiras – como uma noiva de Cristo, assim ela se dirigiu ao altar. A rainha, entretanto, com seu desejo de portar um véu, tinha outras ideias em mente: ela queria incentivar a indústria da fiação em seu país, que lutava contra a concorrência francesa. O desejo da rainha acertou o alvo, seu véu de noiva causou furor. Dali em diante, a rainha Vitória passou a usar sempre uma pequena touca, que dava a aparência de ser um tecido que ela amarrava em sua cabeça.

Quando, em 1853, o imperador Napoleão III se casou, sua noiva, Eugênia, também usou um pequeno véu branco. A elegantíssima Eugênia escolheu para

seu véu de noiva um material fora do comum: veludo branco.

Naqueles tempos, as noivas reais exerciam uma influência muito mais forte sobre a moda do que o fazem hoje. Porém, a nova preferência pelo traje de noiva branco também era expressão do espírito da época. Em 1808, Jacquard colocou no mercado o primeiro tear, o que barateou muito os tecidos. As máquinas de costura existem desde 1830. A partir de então, muitas mulheres podiam, com um vestido de noiva branco, realizar seu sonho de ser princesa, pelo menos por um dia.

Porém, a maioria das mulheres são mais práticas do que se imagina. Em velhas fotos de casamento, pode-se ver que, até cerca de 1950, a maioria das noivas manteve o hábito mais prático dos vestidos de seda preta, que posteriormente poderiam vir a ser usados em inúmeras ocasiões – sobre eles, para se casar, elas usavam um véu branco. Embora os vestidos de noiva venham se tornando cada vez mais acessíveis, muitas noivas, até os dias de hoje, abrem mão do sonho de se casar vestidas de branco.

20. Regras para cores e vestidos, para a noiva e os convidados

Um vestido branco espetacular, em tecido brilhante, bordado ou enfeitado com rendas, de cintura justa e saia longa até os pés, e sobre ele um véu – esse é o vestido de noiva clássico, tradicional. O branco puro simboliza a virgindade da noiva, ainda que hoje em dia sejam poucas as mulheres que deem importância ao fato de parecer terem chegado virgens ao casamento. Por isso, algumas delas renunciam ao branco puro e preferem o creme. A princesa Diana usou um vestido creme. Seu casamento se realizou em 1981, e a imprensa considerou aquela cor como seu reconhecimento público de não haver chegado virgem ao casamento. Esses matizes já não causam efeito algum na moral pública, muito menos em casos de noivas que não pertencem à realeza.

Porém, ainda existem leis não escritas, pelas quais algumas noivas devam escolher uma determinada cor e não outra. Por exemplo, muito poucas mulheres separadas voltam a usar branco e véu ao contraírem um outro casamento. E para muitos, uma noiva visivelmente grávida vestindo branco é, mesmo se estiver se casando pela primeira vez, uma imagem que vai contra os bons costumes.

Muitos são da opinião de que um vestido de noiva requintado, com véu, só se justifica em casamentos religiosos, pois é somente o ambiente da igreja que é capaz de legitimar a pompa da vestimenta.

Em virtude de que a moda para noivas, como nenhuma outra, é dirigida para mulheres jovens, quando a mulher já atingiu uma certa idade, em que a experiência é mais importante do que as expectativas, o traje branco de noiva faz com que pareçam mais merecedoras de compaixão do que comovedoramente inexperientes. Essa limitação é aplicável apenas ao vestido branco pomposo, pois um simples vestido branco se adapta a qualquer idade, inclusive a uma octogenária que esteja se casando pela quinta vez.

Quem não desejar ou achar que não deve se casar de branco pode, contudo, usar um vestido de noiva pomposo – por exemplo, num apaixonado tom de vermelho, ou num celestial tom de azul, ou estampado de rosas, ou dourado, e sobre ele usar um véu da mesma cor. Um véu colorido não está impregnado de simbologia cristã, será apenas um acessório da moda, que pode ser usado por qualquer mulher. Em todos os desfiles da alta costura, costuma-se mostrar ao

final um pomposo vestido de noiva, e todos os *designers* gostam de apresentar vestidos de noiva em colorações criativas.

Existe apenas uma regra que toda noiva deve observar: ela deverá estar mais luxuosamente vestida do que seus convidados!

Para todas as outras festividades vale o contrário: o anfitrião e a anfitriã devem estar mais simplesmente vestidos do que seus convidados. Principalmente quando irão receber em suas casas. Se se disser a seus convidados para virem em trajes de lazer, e no entanto os anfitriões se vestirem com trajes de festa, não deverão estranhar que seus convidados não se sintam à vontade e que se retirem assim que possível. Se uma anfitriã desejar usar numa festa um vestido longo de noite, ela deverá avisar a seus convidados que todos deverão comparecer em vestidos longos de festa e *smokings*. E os convidados irão se orientar por esse comunicado – caso não desejem se sentir desconfortáveis em meio às demais pessoas que ali estarão.

Num casamento, tudo estará direcionado para a noiva. Hoje em dia, muitas noivas querem que seu traje permaneça em segredo até o dia do casamento. Contudo, o noivo precisa saber que grau de luxo terá o vestido que ela irá usar. Um terno cinza ou azul-escuro com gravata só se harmonizará com um vestido simples ou um vestido branco curto. Porém, ao lado de uma noiva luxuosamente vestida, o noivo deverá usar um traje preto de tecido ligeiramente brilhante – e em nenhum caso usar *smoking*, que é um traje que só se usa à noite.

Tanto na cerimônia religiosa como na civil, os convidados devem se vestir com trajes elegantes para o dia. Trajes de festa, brilhantes, não serão mal recebidos, mas também não são os mais adquados. Os cavalheiros deverão usar uma roupa para o dia, com uma gravata a seu gosto. Se os noivos querem outro tipo de roupa para seus convidados, devem fazer com que saibam com antecedência. O traje informal jamais é adequado para casamento. Quem for da opinião de que um casamento não é mais importante do que uma compra no supermercado, de preferência não deverá frequentar casamentos.

Uma particularidade dos casamentos mais elegantes é que na cerimônia o noivo, e apenas o noivo, vestirá um fraque cinza claro com gravata, o chamado *morning suit* – terno para o dia. Os demais cavalheiros usarão trajes escuros. Olhando com atenção para fotografias de casamentos da nobreza, a muitos parecerá que o noivo talvez esteja vestido com excessiva simplicidade em seu traje cinzento – porém esquecem que o *morning suit* é, na realidade, um fraque.

Na maioria dos casamentos, na parte da tarde haverá uma festa. A noiva deverá então deixar de lado todo seu segredo e anunciar se irá se apresentar com

traje longo ou curto. Se for curto, nenhuma das convidadas poderá usar traje longo, para não roubar a atenção. Se se espera que a noiva irá vestir um traje simples, nenhuma das convidadas poderá usar nada de muito chamativo. A roupa da noiva, nessa ocasião, deverá ser a mais formosa de todas.

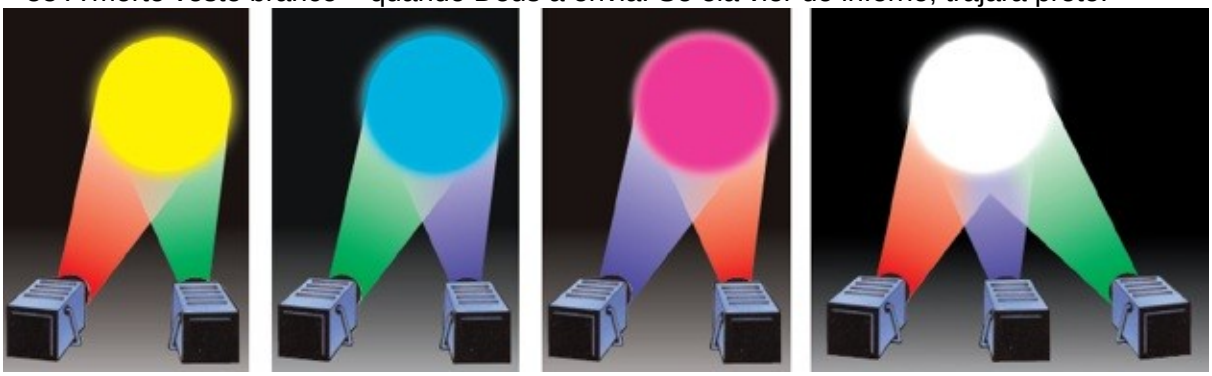
Em 1998, quando a princesa Gabriela de Leinigen contraiu segundas núpcias com Aga Khan, encomendou do estilista parisiense Christian Lacroix um vestido de noiva e um vestido de festa. Porém não informou que esse vestido seria para seu casamento, e sim para comparecer ao casamento de uma amiga. Como era seu segundo casamento, não quis saber de vestido branco, porém entre seus convidados ricos e nobres, tinha que ser ela a vestir o traje mais suntuoso, razão pela qual pediu a Lacroix luxuosos bordados e rendas. Porém o modista, que de nada suspeitava, lhe disse que isso seria inadequado, pois dessa maneira ela iria chamar mais atenção do que a noiva.

Antes de tudo, as convidadas para um casamento devem ter em vista que existe para elas uma cor proibida – o branco. Mesmo se a noiva for se casar vestida de vermelho ou de azul, como convidada de um casamento jamais se usa branco. Caso contrário se passa a impressão de querer parecer a noiva. Naturalmente que se pode usar uma blusa branca ou um vestido em padronagem branca. Porém cabe à noiva – e a ela somente – o privilégio de poder usar um traje – ou um chapéu – inteiramente branco.

53 Em grandes ocasiões, a rainha traja branco.

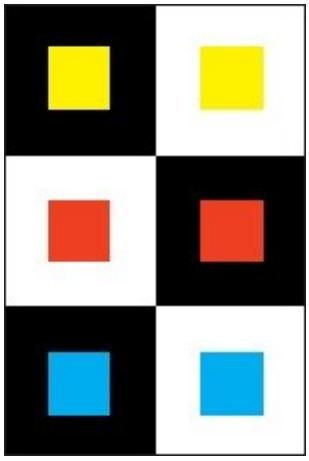
54 O papa traja sempre branco fora da Igreja, e também na Igreja, em ocasiões festivas.

55 A morte veste branco – quando Deus a envia. Se ela vier do inferno, trajará preto.



56 O grande problema de Goethe: as misturas aditivas de cores. As cores da luz se misturam de modo diferente do que as cores que vêm em tubos e potes. As cores da luz são as cores do arco-íris, as cores dos canhões de luz e também das tevês. Aqui as cores básicas são: vermelho alaranjado, azul violeta e verde. Nas misturas aparece sempre a cor que estiver contida nas duas cores básicas. Assim sendo: vermelho alaranjado + verde = luz amarela! Todas as demais cores que entrarem na composição tornarão a mistura mais clara, pois ocorre adição de luz. Finalmente, aparece o branco – Goethe se recusou a acreditar nisso.

57 Usando remédios ineficazes – placebos – foi possível se verificar: comprimidos brancos e cápsulas brancas acalmam mais a dor; os azuis são tranquilizantes; os amarelos e vermelhos excitam. Os rosa choque e vermelhos têm mais efeito que os azuis. Medicamentos em duas cores têm mais efeito que os de uma cor só. E as cápsulas são mais efetivas do que os comprimidos. Atenção: esses pseudoefeitos são passageiros. Efeitos reais não são possíveis apenas com cores.



58 As cores sobre fundo branco brilham menos do que sobre fundo preto.

59 Um clássico da elegância em branco e preto.

LARANJA

A cor da recreação e do budismo.

Exótica e penetrante – e no entanto subestimada.

Quantos tons de laranja você conhece? 45 tons de laranja 1. Por todo canto, há mais laranja do que se vê – a cor subestimada

2. A cor exótica
3. A cor que é puro sabor
4. A cor da recreação e da sociabilidade
5. A cor intrusiva da má publicidade
6. Controversa, porém não convencional
7. A cor do perigo
8. O tipo “outono”: denunciado pela cor laranja
9. A intensificação do amarelo
10. A cor da transformação e do budismo
11. O multifacetado laranja da Índia
12. A cor dos Orange e dos protestantes

Quantos tons de laranja você conhece? 45 tons de laranja

Muitas das cores de terra, como Siena natureza, que contamos entre os tons marrons, podem valer como tons de laranja. Também alguns tons de vermelho, como o vermelho escarlate, por seu alto conteúdo de amarelo, podem ser considerados como tons de laranja. O artista sabe: ao lado de um vermelho azulado, um vermelho amarelado ganha um tom de laranja; o mesmo vermelho amarelado, perto do amarelo, sugere um vermelho puro.

Os tons de laranja em linguagem coloquial e nas cores artísticas: Amarelo açafrão Amarelo camelo Amarelo caril (*curry*) Amarelo cenoura Amarelo indiano Amarelo malmequer Amarelo ocre Amarelo Orange Amarelo Saara Cor de laranja Cor de telha Cores de carne Cores de flamingo Cores de salmão Cores de tangerina Cores do pêssego Damasco Laranja amarelado Laranja cádmio Laranja castanho Laranja cinábrio Laranja de cromo Laranja dourado Laranja intenso Laranja melão Laranja pálido Laranja pastel Laranja persa Laranja Renoir Laranja rubro Laranja verdadeiro Laranja vermelho sangue Ocre dourado Ocre luminoso Sanguínea Siena natural Vermelho camarão Vermelho cobre Vermelho de Krebs Vermelho escarlate Vermelho lagosta Vermelho ocre Vermelho raposa Vermelho tijolo Zarcão

1. Por todo canto, há mais laranja do que se vê – a cor subestimada

Um total de 3% das mulheres e 2% dos homens citaram a cor laranja como predileta. A rejeição ultrapassou esses números: 9% das mulheres e 6% dos homens citaram o laranja como a "cor que menos me agrada". (O laranja foi se tornando nos últimos anos nitidamente mais benquisto, em 1988 ele foi citado como a cor que menos agradava por 14% das mulheres e 9% dos homens.)

O laranja desempenha um papel em nosso pensamento, em nosso simbolismo, um papel subvalorizado. Pensamos no vermelho ou no amarelo antes de pensarmos no laranja. Em função disso, existem apenas alguns poucos conceitos em que o laranja aparece como cor mais frequentemente citada.

O vermelho e o amarelo, cores das quais o laranja se constitui, têm em sua simbologia muitas contradições. O laranja muitas vezes denota o verdadeiro caráter de um sentimento, pois o laranja combina as contradições do vermelho e do amarelo, fortalecendo seus pontos em comum.

O laranja, nome que recebeu de uma fruta que naqueles tempos era exótica, conservou-se uma cor exótica. O nome dessa cor é tão fora do comum que não existe em alemão uma palavra que rime com "*orange*" – nem em inglês. Idiomaticamente a cor é tão estranha que muitos acreditam que o laranja não poderia subsistir sem explicações adicionais, por isso dizem sempre "*orangefarben*" (cores de laranja) ou "*orangerot*" (vermelho laranja). As coisas podem ser pretas, muito pretas ou o mais pretas que se possa imaginar; existe também o mais branco dos brancos, mas não existe um superlativo para o laranja. Nesse contexto, o laranja é a personificação da versatilidade!

A estranheza do laranja é determinada por nossa percepção. O fato é que enxergamos menos cores laranja do que as que efetivamente nos cercam. Falamos de "vermelho crepúsculo", embora "laranja anoitecer" fosse mais exato; e também em "vermelhos da aurora", os tons vermelhos do alvorecer – apesar de que, aí também, a cor laranja seria mais acertada. Falamos de "monólitos vermelhos", se bem que haveria mais precisão em chamá-los de "monólitos laranja", como o Ayers Rock na Austrália. Falamos em "metal vermelho incandescente", sendo que sua verdadeira cor é laranja. O "peixe dourado" (*golden fish*) não é, em verdade, dourado, e sim laranja luminoso. O tigre é preto

e laranja. Raposas são cor de laranja. Assim também os jovens orangotangos. O bico do melro macho é laranja. E de que cor é o ratinho do famoso programa televisivo infantil alemão "*Die Sendung mit der Maus*" ("O programa do ratinho")? Pois é, ele é cor de laranja!

As telhas de nossos telhados são mais propriamente cor de laranja do que vermelhas. A salsicha que chamamos de "amarela" tem também, em verdade, uma pele cor de laranja brilhante. O que é mais indiscutivelmente cor de laranja do que uma cenoura? E no entanto dizemos vermelho cenoura, ou amarelo cenoura. A maioria das pessoas de cabelos vermelhos têm, na verdade, cabelos cor de laranja. Van Gogh fez seu autorretrato na cor laranja.

O laranja está em todo canto, precisamos apenas enxergá-lo.

2. A cor exótica

Antes que a fruta laranja se tornasse conhecida por toda a Europa, a cor laranja não existia; pode-se procurar em vão pela cor laranja nos livros antigos. Mesmo Goethe chamou ainda essa cor de “vermelho amarelado”.

A laranja é proveniente das Índias, “*nareng*” é como se chama por lá. Das Índias migraram para as Arábias, onde recebeu o nome de “*narang*”. Logo os cruzados trouxeram-na para a Europa. Quando as laranjas começaram a ser cultivadas na França, os franceses transformaram *narang* em “*orange*” – e com essa denominação a fruta ganhava reflexos dourados, pois “ouro”, em francês, é “*or*”.

A laranjeira é uma árvore extraordinária; pode ter ao mesmo tempo flores e frutos, por isso mesmo se tornou símbolo da fertidade. Desde que as noivas passaram a se casar de branco, as flores de laranjeira, pequeninas, brancas, do formato de pérolas e de aroma inebriante, tornaram-se muito apreciadas para compor grinaldas de noivas.

Existe um outro tipo de laranja proveniente da China, a “*apfelsine*”. Seu nome significa “maçã da China”. Talvez seu nome venha de “maçã” (*apfel*) e “pecado” (*sin*). Será que a apfelsine foi a maçã do pecado, a que foi mordida no paraíso?

Laranja ou *apfelsine*? Laranjas têm sementes e um gosto mais amargo, elas são ideais para a preparação de geleias. As *apfelsines* não têm sementes e são doces. Entretanto, a diferenciação entre laranjas e *apfelsines* em termos da ausência de sementes e da doçura já foi esquecida.

Tanto as *apfelsines* como as laranjas foram antigamente chamadas de “maçãs do Paraíso”. Em velhas pinturas, vemos as frutas na Árvore do Conhecimento frequentemente como laranjas – não era desejável dar uma conotação às endêmicas e tão apreciadas maçãs uma conotação de infelicidade. As tangerinas também vieram da China. Como elas eram da mesma cor das roupas dos funcionários chineses, que eram chamados de “mandarins”, os portugueses desrespeitosamente deram à fruta o mesmo nome concedido a esse departamento. Ter concedido o mesmo nome a um ministério e a uma fruta mostra o quão estranha a cor laranja era na Europa.

3. A cor que é puro sabor

O deleite / o prazer: laranja 20% · ouro 16% · vermelho 16% · verde 14%
O aromático: laranja 27% · verde 22% · marrom 14% · amarelo 12%

O laranja é a cor cujo aroma é o mais diversificado. O vermelho é doce, o amarelo é ácido, os sabores agridoces da cozinha asiática são em sua maioria laranja. Muitas coisas que comemos são cor de laranja: damascos, pêssegos, mangas, cenouras, flocos de milho, milho, molhos de salada, camarões, salmão, lagosta, caviar vermelho, vários tipo de salsichas e salsichões; são cor de laranja as flores luminosas da capuchinha e da abóbora. Muitos tipos de queijo têm uma capa laranja avermelhada ou laranja amarelada. Tudo que é empanado e frito, ganhando aquela linda coloração vermelho amarelada, é, na verdade, laranja. Preparados à base de páprica e de caril, diversas aves ficam também cor de laranja. E é naturalmente cor de laranja tudo o que é preparado à base de açafrão, como a *bouillabaisse* francesa.

Sempre que se bebe um refresco cor de laranja, o primeiro pensamento que se tem é que ele terá o sabor dessa fruta – mesmo se for, por exemplo, uma limonada tingida dessa cor. Porém esse engano não dura muito. Nossas experiências com essa fruta são multifacetadas – e ainda que ninguém espere que o salmão defumado, por exemplo, tenha gosto de laranja, nós sempre esperamos que os alimentos dessa cor tenham bom sabor.

4. A cor da recreação e da sociabilidade

A recreação: laranja 18% · amarelo 18% · vermelho 15% · azul 12% · verde 11%

A sociabilidade: laranja 20% · amarelo 19% · verde 16% · azul 13% · ouro 8%

O lúdico: amarelo 30% · **laranja 28%** · vermelho 16%

Cor da diversão, da sociabilidade e do lúdico, esse é o lado mais forte do laranja. Vermelho e amarelo sozinhos operam como opostos muito fortes para sinalizarem sociabilização recreativa, mas o laranja vincula, harmoniza: sem laranja não há lazer.

O laranja é a cor complementar do azul. Azul é a cor do espiritual, da reflexão e do silêncio, o seu polo oposto, o laranja, representa as qualidades opostas a essas. Van Gogh disse: “Não existe laranja sem azul” – com isso ele quis dizer que o modo de o laranja atuar com mais força é quando ele vem acompanhado do azul. Quanto mais intenso o azul, mais escuro ele é. Quanto mais intenso o laranja, mais radioso.

No quadro *Alegria de viver*, de Matisse → Fig. 65, o acorde cromático dominante é laranja-amarelo-vermelho, assim como na representação abstrata da *Alegria de viver*, de Delaunay → Fig. 66.

Ênio, o personagem tolo do programa infantil *Vila Sésamo*, tem, naturalmente, uma cara de pelugem felpuda laranja radiante, ao contrário do irritadiço Beto, cuja cara é amarela → Fig. 64. Os palhaços costumam ter cabelo alaranjado.

Dioniso – os romanos chamam-no Baco – é o deus da fertilidade, da embriaguez e do vinho, em suma: o deus dos prazeres mundanos. A cor das vestes de Dioniso é laranja. No culto a Baco não existiam sacerdotes, e sim sacerdotisas, as bacantes. Elas trajavam vestidos cor de laranja e coroas de folhas de videira, e celebravam, extasiadas pelo vinho, seu deus.

5. A cor intrusiva da má publicidade

O intrusivo / o assediante: laranja 18% · amarelo 16% · violeta 16% · vermelho 13% · rosa 12%

Dentre as poucas características em que a primeira cor que nos ocorre é o laranja está seu caráter penetrante, intrusivo. Com esse mesmo sentido, o laranja pertence ao acorde → da extroversão e → da ostentação; para essas características, o laranja é citado na mesma porcentagem que o dourado.

Naturalmente o penetrante laranja era a cor que menos agradava a estética das cores decentes dos tempos de Goethe. Goethe descrevia o laranja como "vermelho amarelado". Algumas vezes ele a chamava de "cinabrino", "mínio" ou ainda "zarcão", de acordo com a nomenclatura das cores artísticas daquela época – ou o chamava também de "vermelho escarlate"; de qualquer forma, era um vermelho bem amarelado. O "vermelho amarelado" era, para Goethe, "a cor em sua mais alta energia"; era amado pelas crianças, pelos homens primitivos e pelos bárbaros. Goethe escreveu: "Não é de se admirar que pessoas enérgicas, saudáveis e primitivas apreciem tanto essa cor. Entre os selvagens nota-se essa mesma inclinação. E quando as crianças se põem a colorir, elas não economizarão no uso do cinabrino e do zarcão."

Goethe também deveria estar pensando em si mesmo ao escrever: "Eu também conheci homens cultos que consideravam insuportável, em dias cinzentos, encontrar-se com pessoas trajando vermelho escarlate." Nos tempos de Goethe, quando se via essa cor, era certamente o uniforme de alguém da polícia: o encontro com policiais – ou outros representantes do Estado autoritário daquela época – só poderia mesmo despertar sentimentos pouco agradáveis, por razões que não dependiam da cor do uniforme que trajassem.

Até algum tempo, muitos publicitários recorriam ao caráter visualmente intromissivo – assim, fizeram do laranja uma cor onipresente. Toda publicidade era impressa em papel laranja; os textos publicitários vinham sempre escritos em letras alaranjadas – e cada vez mais consumidores repudiavam essa forma intrusiva de publicidade, olhavam com automatismo para os dois lados do papel laranja e o atiravam no lixo, sem ler. O laranja converteu-se, desde então, na cor que identifica a propaganda indesejada.

Um raro exemplo de recurso bom e criativo, na publicidade, pode ser visto

na Fig. 62: nele se combinam a cor e a textura típicas de uma casca de laranja, mas no formato típico de uma pera. Uma *gag* que merece uma segunda observação.

6. Controversa, porém não convencional

O controverso: laranja 20% · violeta 20% · rosa 14% · cinza 12% · marrom 10%

O inconformismo / o não convencional: violeta 28% · **laranja 22%** · amarelo 11%

A originalidade: violeta 23% · **laranja 19%** · prata 12% · ouro 10% · rosa 9%

O laranja, como cor da recreação, é também a cor do que não se leva a sério. Em função disso, o laranja não é uma cor para artigos caros, de prestígio.

Bhagwan Shree Rajneesh, hoje em dia conhecido por Osho, prescrevia a seu seguidores que trajassem o laranja. Mas ele próprio próprio jamais se vestiu de laranja, ele sempre se vestiu, como que se igualando aos deuses, de branco e dourado. Apesar de possuir mais de cem Rolls-Royces, nenhum deles era laranja. Um Rolls-Royce na cor laranja seria uma contradição por si só: o luxo ficaria ridicularizado em função da cor.

Que o laranja é a mais controversa das cores, já se sabe por experiência: durante séculos, o laranja foi a cor típica do plástico. No início da era dos plásticos, nos anos setenta, as pessoas sentiam orgulho de seus materiais sintéticos; como não existia nenhum material natural na cor laranja, essa cor foi estabelecida para identificar tudo quanto fosse artificial. Tudo quanto fosse de plástico, fosse um balde ou um espremedor de limão, era apresentado ao consumidor na cor laranja – e às vezes só nessa cor. Fosse uma chave de fenda ou um batedor de ovos, tudo tinha um punho de plástico na cor laranja. Se produtos que são úteis são oferecidos numa só cor, as pessoas acabam comprando, mesmo não gostando dela. No início, o laranja foi a cor de vanguarda do *design* moderno; com o decorrer dos anos, tornou-se o símbolo do *design* ultrapassado.

Aqueles que não conhecem a hostilidade que os publicitários sentem em relação às pesquisas de mercado suspeitam que exista, por detrás dessas cores da moda, sofisticadas estratégias mercadológicas. Mas a realidade é que os estrategistas do comércio imitam-se uns aos outros, cada um calculando que o outro tenha sondado os desejos dos consumidores. O fim da era do laranja chegou não porque se tenha imaginado que os consumidores desejassem ver

outras cores, e sim porque foi demonstrado que os plásticos na cor laranja contêm corantes que são extremamente tóxicos.

Como cor de vestimenta, o laranja pertence às cores que a pessoa não trajaria “de forma natural”, como o faz em relação ao marrom e ao cinza. Não é uma cor em que não se correm riscos, como o preto ou o branco, que combinam com tudo, que servem para todas as ocasiões. Quem usa o laranja quer se sobressair. Assim, o laranja é também a cor dos inconformistas, dos originais.

7. A cor do perigo

Venenos são identificados com uma caveira sobre um fundo cor de laranja.

Todas as setas de luz intermitente dos automóveis são na cor laranja. O laranja luminoso é a cor que melhor se vê no crepúsculo. É com o laranja que se tem o melhor contraste em relação à cor do mar; em função disso, todos os botes salva-vidas, boias e jalecos para naufrágio são dessa cor.

Os operários que trabalham nas vias públicas também usam roupas de segurança dessa cor. Os lixeiros, na Alemanha e no Brasil, se vestem de cor de laranja – na França eles vestem uniformes verdes; nos Estados Unidos, uniformes brancos. Na França, a fase amarela do semáforo é chamada de "laranja fogo" (*feu orange*) – embora seja o mesmo amarelo dos semáforos dos outros lugares.

Apesar das recomendações dos peritos em segurança do trânsito, ninguém escolhe para si um carro cor de laranja, cor de excelente visibilidade na obscuridade e na neblina. Enquanto o automóvel for um ítem de prestígio, a segurança importará menos que a aparência. Um automóvel preto parece ser mais caro do que um alaranjado – apesar de que, na realidade, a pintura na cor laranja é mais cara do que a preta, porque os corantes para ela custam muito mais.

8. O tipo “outono”: denunciado pela cor laranja

Peças de roupa na cor laranja são mais vistas em mulheres do que em homens, embora poucas mulheres fiquem bem vestidas com essa cor. O laranja é uma cor presente na moda de verão, especialmente adequado para mulheres de pele escura ou bronzeada. Nas mulheres de pele clara, o tom laranja predomina sobre a pessoa, a torna insignificante.

Na verdade existe apenas um tipo de pessoa em quem o laranja assenta de forma ideal: é o chamado “tipo outono” no esquema de Jackson → Rosa 12. Ao tipo outono pertencem aquelas pessoas cuja pele tem um tom laranja dourado – mesmo sem bronzeado. A determinação do tom de pele é difícil e só pode ser feita durante a luz do dia. Os tipos outonais são os que ficam mais bem vestidos na cor laranja e em outros tons castanhos, pois essa cor ressalta neles o seu tom natural de pele, laranja dourado.

Em virtude de na Alemanha as roupas marrons serem bastante apreciadas, muitas mulheres alemãs acreditam serem do tipo outonal. Na realidade, entretanto, esse tipo é bem raro. A ele pertencem: Sofia Loren e Sarah Ferguson, a duquesa de York. A duquesa é uma verdadeira “personalidade cor de laranja”: seu cabelo é alaranjado, suas sardas são alaranjadas, todo seu jeito divertido de ser é verdadeiramente laranja. Ela nunca fica tão bonita como quando veste laranja. Só quem tem no laranja sua cor ideal é um tipo outonal. O melhor teste, segundo Jackson: os tipos de outono são aqueles em quem ficam bonitos os lábios pintados de laranja.

9. A intensificação do amarelo

A extroversão: vermelho 27% · **laranja 19%** · amarelo 19% · ouro 10% · violeta 8%

A atividade: vermelho 25% · **laranja 18%** · amarelo 18% · verde 15%

A proximidade: vermelho 28% · **laranja 12%** · amarelo 12% · verde 10%

O laranja fica entre o vermelho e o amarelo em todos os sentimentos que se intensificam. A atividade pode ser amarela, quando for leve e pacífica, laranja, quando for frenética e, finalmente, vermelha, que é a atividade no mais alto grau de excitação.

Amarelo-laranja-vermelho é o acorde cromático de uma intensificação. É a dinâmica de um laranja que se esforça para atingir o vermelho. O vermelho é o ponto mais alto, o laranja é o caminho em direção ao objetivo. O laranja pertence também ao acorde → da excitação e da paixão.

E o laranja é a combinação de luz e calor. Dessa forma, ele é agradável em termos de ambiente. Sua clareza não é tão aguda como a do amarelo, sua temperatura não é sufocante como a do vermelho. O laranja clareia e aquece, e essa é a mistura ideal para alegrar o corpo e a mente. Misturado ao branco ou tonalizado de marrom, o laranja perde a sua força, mas jamais seu calor. O laranja é uma cor feminina, pois aspira ao masculino vermelho.

10. A cor da transformação e do budismo

Na China, o amarelo é a cor da perfeição, de todas as características nobres. O vermelho é a cor da felicidade e do poder. O laranja não é apenas a cor entre a perfeição e a felicidade, tem o seu significado próprio, fundamental: laranja é a cor da transformação.

Na China e na Índia, essa cor não é conhecida por ser a cor da fruta cítrica laranja, seu nome vem do açafrão, o corante laranja dessa planta que é tida como a “rainha das plantas” → Amarelo 11.

A ideia da transformação é um dos princípios fundamentais do confucionismo, a antiga religião chinesa. É uma religião sem igreja, sem sacerdotes, sua sumidade é o imperador. O domínio mundano e espiritual estão unidos, assim o confucionismo está igualmente orientado para a vida secular e a vida espiritual. Essa religião é, fundamentalmente, uma filosofia de vida.

Todo ser é concebido como resultante da ação recíproca do Yang, princípio masculino e ativo, e do Yin, princípio feminino e passivo. Yin/Yang não são opostos rígidos, mas se transformam um no outro, pois nada permanece sempre igual. Ninguém vive por si mesmo, todos reagem aos demais. Toda transformação é resultado da ação recíproca entre progresso e perseverança – e apenas a perseverança conduz ao progresso.

Os problemas da vida foram interpretados num livro de sabedoria que tem três mil anos de vida, o *I Ching*; nele os filósofos chineses incorporaram sua sabedoria, de Lao-tsé até Confúcio. O título chinês desse livro, traduzido, significa *O livro das mutações*.

O laranja significa a transformação, como nenhuma outra cor. Pois o amarelo e o vermelho são inclusive cores opostas, contudo são também aparentadas, se pertencem como o fogo e a luz, como sensualidade e espiritualidade. Diferentemente do cristianismo, o confucionismo não considera a sensualidade como uma força inimiga da espiritualidade.

Na arte asiática, o laranja desempenha o mesmo papel que o par cromático vermelho-azul desempenha na arte europeia. Vermelho-azul é nosso acorde cromático com as significações mais diversificadas, capaz de descrever todos os opostos. Na pintura asiática, por toda parte se veem deuses e homens vestidos de laranja. Até mesmo o céu pode ser dessa cor.

Contemporâneo de Confúcio (551-479 a.C.) foi o fundador da religião budista, Buda (560-480 a.C.). A religião monástica logo se disseminou também pela China. Confucionistas e budistas jamais se combateram. No budismo, o laranja, portanto o açafrão, é a cor da iluminação; no pensamento budista ela é o mais alto grau da perfeição.

Desse modo, o laranja é também a cor simbólica do budismo. As túnicas dos monges são cor de laranja e são cortadas numa mesma peça de tecido, que é amoldada ao corpo. O peixe dourado é um dos símbolos mais importantes, ele significa a iluminação.

A bandeira da Índia é laranja-branca-verde. Como cor de bandeira, o laranja representa aqui o budismo, simboliza contudo também “coragem” e “espírito de sacrifício”.

O Dalai-Lama, figura principal da religião tibetana, está sempre completamente vestido com cores do espectro laranja.

A razão mais importante em virtude da qual o laranja é tão altamente apreciado na Índia: é a cor da pele dos indianos. Assim como os homens de pele branca idealizam a cor branca – embora sua pele de modo algum seja um branco radioso –, do mesmo modo os indianos idealizam a cor de sua pele no açafrão. Nas pinturas hindus, as divindades são pintadas com uma pele de uma cor luminosamente alaranjada → Fig. 61. Por toda parte, os homens pensam em seus deuses como semelhantes a si mesmos.

11. O multifacetado laranja da Índia

Na Índia, a cor laranja é percebida com muito mais diferenciações do que na Europa. O que entre nós é definido como um tom de amarelo, na Índia é um tom de laranja. O “amarelo indiano”, obtido a partir da urina das vacas, é um tom de laranja claro, que Dalaunay utilizou em seu quadro *A alegria de viver* → Fig. 66. Como muitos tons terra, como o ocre queimado e terra de Siena, podem-se pintar em tons laranja – para os europeus esses são tons de marrom.

Muitas plantas podem tingir no tom laranja. A mais importante é o açafrão, que originalmente vinha das Índias Orientais. O açafrão era muito caro na Europa para que se pudesse tingir com ele vestidos inteiros, mas na Índia, os nobres usavam vestidos tingidos de açafrão; as cores podiam ir desde o amarelo-claro até o laranja bem escuro. Muito mais em conta e mais difundida era a tinturaria com açafroa, o “falso açafrão”. Trata-se de um cardo com flores cor de laranja, que inicialmente era cultivado na Índia e na China. Das florezinhas secas obtinham-se dois tipos de corantes: um amarelo, solúvel em água, e um vermelho, solúvel apenas em álcool. O corante amarelo apresentava baixa resistência à luz e desbotava com a lavagem. O corante vermelho era resistente à luz e à lavagem. Na Europa esses dois corantes eram separados: o amarelo era dissolvido em água e utilizado como tintura amarela; o corante que restava era usado para tingir de vermelho escarlate. Na Ásia os dois corantes não eram separados. Calculava-se a alteração de cor típica do tecido que se iria colorir com açafroa; quanto maior frequência com que o tecido fosse lavado, mais vermelho ele ficava. A separação dos corantes também contradiria o pensamento asiático: pois em se tratando da açafroa, o amarelo é o corante efêmero, enquanto na simbologia indiana o amarelo é a cor dos valores eternos.

É possível também tingir de laranja com as sementes do fruto da *Bicha orellana*, um arbusto cujos frutos por aqui são conhecidos como urucum. As sementes são esmagadas e dissolvidas em água; daí se obtém uma pasta vermelha, homogênea, que tem utilidade também como corante alimentício. As cascas vermelhas dos queijos tipo reino, fabricados no Brasil por holandeses desde o século XIX – uma adaptação do queijo holandês Edam, em forma de esfera – são até hoje tingidas com urucum.

A *henna* é famosa como corante de cabelos e pele. Com ela se pode tingir

também tecidos e couros: os couros tomam uma coloração vermelho acastanhada, a seda e o algodão adquirem um laranja luminoso. O corante é obtido a partir das raízes do arbusto da *henna*, que é conhecido há muito tempo: algumas múmias de princesas egípcias tinham o cabelo tingido com *henna*.

Para cerimônias tradicionais, as indianas ornamentam suas mãos e seus pés com *henna*. Os homens tingem suas barbas com ela. Os árabes chegam a tingir até as crinas de seus preciosos cavalos com *henna*.

12. A cor dos Orange e dos protestantes

Laranja é a cor nacional dos Países Baixos. É a cor de sua casa real: a casa dos Orange – *Oranje*. Ainda por volta de 1800, os alemães chamavam a essa cor *Oraniengelb* (amarelo de Orange).

A dinastia dos Orange era originária da cidade de Orange, na França, na Provença. Orange foi, até o século XVIII, um principado independente, e os príncipes de Orange eram ao mesmo tempo os governantes dos Países Baixos.

A figura mais importante da nobreza dos Orange, o príncipe William I, organizou, em 1568, a luta dos holandeses contra os espanhóis, que haviam ocupado o país. William I foi assassinado. Sua família deu prosseguimento à guerra pela libertação. A Holanda só foi libertada em 1648, sob o governo de William II. Seu filho, William III, foi rei da Inglaterra e da Irlanda após a derrocada dos católicos Stuart, em 1689; ele foi chamado de William de Orange.

Como todos os Orange, William de Orange era protestante; desse modo, na Inglaterra e na Irlanda os protestantes eram chamados de "*Orangemen*" (homens de Orange). O laranja tornou-se a cor da luta contra os católicos. A cor dos católicos irlandeses era o verde, pois verde é a cor nacional da Irlanda e deveria ser também cor da religião tradicional do país → Verde 19. A bandeira irlandesa é tricolor, verde-branco-laranja. A lista branca entre o verde católico e o laranja protestante deve simbolizar a paz alcançada entre as duas religiões.

O reino da Holanda tem em sua bandeira nacional as cores vermelho, branco e azul – apesar de que, em honra aos Orange, esse vermelho é chamado de laranja, e os holandeses dizem que sua bandeira é *oranje-blanje-bleue.*

Quando um membro da casa real aniversaria, seus leais súditos enfeitam suas casas com bandeirolas cor de laranja. A rainha Beatriz aparece em muitas fotografias com rosas alaranjadas. Ela também gosta de se vestir de laranja, indo do pêssego ao vermelho aloirado. Em eventos esportivos internacionais, os holandeses homenageiam suas equipes vestindo camisas cor de laranja e se autodenominam "os camisas laranja". Na Holanda a cor laranja é muito mais apreciada do que na Alemanha.

Isso naturalmente se faz ver também no idioma: para os holandeses, "alaranjado", "mais alaranjado", "o mais alaranjado de todos" não é uma impossibilidade idiomática – é, simplesmente, uma evidência, poder se

dimensionar uma cor tão forte como o laranja.

60 Monjas budistas vestem laranja.

61 Os deuses da Índia não têm pele rosada nem branca, a pele deles é laranja, pois essa é a cor (idealizada) pelas pessoas de lá.

Quando se trata de diversão, o laranja aparece!

62 Atribuição criativa de cores: forma típica combinada a cor não típica desperta a atenção.

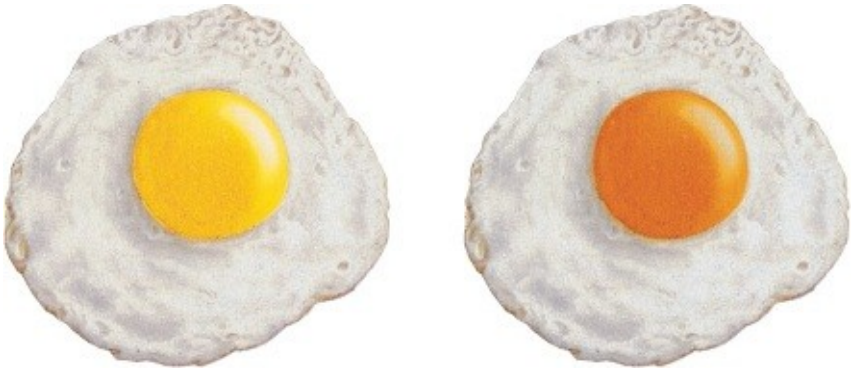
63 Dançarina de cancã de Toulouse-Lautrec.

64 Sempre contente com a cara laranja: o personagem Ênio, da Vila Sésamo.

65 Quadro de Matisse *A alegria de viver*, no acorde da alegria e do divertimento: laranja-vermelho-amarelo.

66 *A alegria de viver*, de Delaunay, em pintura abstrata; mas com as mesmas cores.

67 Acompanhado de preto, o laranja fica horrivelmente espantado. Símbolo de advertência: prejudicial à saúde.



68 Muitos alimentos são cor de laranja. Por isso a cor laranja é tão saborosa. Vendo os dois ovos fritos, a gema na cor laranja parece ser mais saborosa do que a amarela.

VIOLETA

Do púrpura do poder à cor da teologia, da magia,

do feminismo e do movimento *gay*.

Quantos tons de violeta você conhece? 41 tons de violeta 1. Cor mista, com sentimentos ambivalentes

2. Lilases, hematomas e violência
3. De que cor é o púrpura?
4. A cor do poder
5. A cor da teologia
6. A cor da penitência e da sobriedade
7. A mais singular e extravagante das cores
8. A cor da vaidade e de todos os pecados ligados à beleza
9. A cor da magia, da metempsicose e do signo de Gêmeos
10. As cores dos *chakras* no esoterismo
11. A cor da sexualidade pecaminosa
12. A cor dos originais e dos inconformistas
13. A mais antinatural das cores
14. A cor do feminismo
15. A cor da homossexualidade
16. Ambivalente e oscilante no sentimento
17. O violeta dos artistas
18. Lilás – a última tentativa

Quantos tons de violeta você conhece? 41 tons de violeta

Violeta ou lilás? O violeta é a mistura de vermelho e azul.

O lilás contém sempre, ademais, o branco.

Formas coloquiais de se chamar o violeta e nomes das cores artísticas: Azul ameixa Azul ameixa Azul Erika Azul uvas Azul violáceo Cinza de Paynes Cinza violáceo Cores da beringela Cores da malva Cores das feministas Cores de ametista Cores de amoras Espinheiro-negro Heliotrópio Lavanda Lilás Lilás bispo Lilás cacho roxo Lilás das orquídeas Lilás igreja Lilás vermelho Magenta Marrom violáceo Púrpura real Roxo Ultravioleta Vermelho azulado Vermelho Bordeaux Vermelho cardeal Vermelho púrpura Verniz de garança escura Violeta campânula Violeta cobalto Violeta cristal Violeta de manganês Violeta de Parma Violeta pastel Violeta púrpura Violeta ultramarino Violeta verdadeiro Violeta vermelho

1. Cor mista, com sentimentos ambivalentes

Violeta é a cor dos sentimentos ambivalentes. As pessoas mais a rejeitam do que apreciam. Para 12% das mulheres e 9% dos homens, o violeta é a cor menos apreciada. Apenas 3% das mulheres e dos homens citaram o violeta como cor predileta.

Excetuando-se os poucos períodos em que esteve na moda, o violeta nunca foi especialmente apreciado. Para explicar essa rejeição, muitos argumentam não saber diferenciar, dizem que não sabem distinguir entre o violeta e o lilás. A diferença: o violeta é a mistura de vermelho com azul – o lilás tem, além dessas cores, o branco.

Antipatizar com algumas cores não representa problema para as pessoas que não trabalham com elas. Os artistas, entretanto, precisam conviver com todas elas, conhecer o efeito de cada uma delas. O professor da Bauhaus, Johannes Itten, obrigava seus alunos a usarem com maior frequência aquelas cores de que eles menos gostavam. Naturalmente, a maioria dos alunos descobria então que as cores de que menos gostavam tinham uma beleza que eles não imaginavam.

Em nenhuma outra cor se unem qualidades tão opostas como no violeta: é a união do vermelho e do azul, do masculino e do feminino, da sensualidade e da espiritualidade. A união dos opostos é o que determina a simbologia da cor violeta.

O violeta tem um passado grandioso. Na Antiguidade, era a cor dos que governavam, a cor do poder. Esse tom de violeta é o púrpura.

2. Lilases, hematomas e violência

O lilás e o violeta são as cores mais raras na natureza. Os dois nomes dessas cores são, na maioria das línguas, idênticos aos das poucas flores que têm a cor violeta ou lilás. “Lilás” é a cor da flor de mesmo nome; em inglês ela se chama “*lilac*”; em francês, “*lilas*”. “*Violet*” e “*violette*” são, igualmente, tanto as flores quanto as cores em inglês, em francês e também em português. O alemão “*Veilchen*” contém também o radical da palavra “*violeta*”.

O elemento químico “iodo” foi batizado em homenagem à flor violeta: em grego antigo, “violeta” é “*íon*”, radical de onde surgiu “*iod*”. Quando o iodo é aquecido, ele produz um vapor de coloração violeta.

É digno de nota observar a proximidade entre os termos “violeta” e “violência”. Em italiano, o nome da flor é “*viola*” – contudo, “*violenza*” é “violência” e “*violare*” corresponde ao verbo “violar”. Tanto na Inglaterra quanto na França, “violência” se diz “*violence*”, e em ambas temos também “*violation*”, “violação”. É historicamente plausível que essa ligação tenha surgido em virtude do púrpura, pois o violeta púrpura era na Antiguidade a cor dos governantes. Assim, essa cor, no tom púrpura, tornou-se a cor do poder. E o nome da violeta transformou-se no nome da violência.

3. De que cor é o púrpura?

Quando se pergunta: “qual é a cor do púrpura?”, a maioria imediatamente mostra um vermelho luminoso, levemente azulado, que como cor artística se chama “vermelho carmim” – isso se se fizer a pergunta a alemães. Caso se pergunte a um americano ou a um inglês, eles escolhem como a típica cor de púrpura, do mesmo modo decidido, um tom de violeta correspondente ao da pedra preciosa ametista → Fig. 69.

Essa diferença sempre gera, em rodas de que participam pessoas de diferentes nacionalidades, muito espanto. O espanto dá lugar, entre os homens, à discussão sobre as diferenças culturais existentes e, finalmente, como costumam fazer em relação à resolução de todos os problemas, eles reclamam a palavra de especialistas de cada nação. Entre as mulheres, a opinião divergente das norte-americanas conduz a uma correção compassiva. As alemãs, que já consideram que as americanas não têm gosto, nesse caso passam a considerá-las incapazes de apreciar “corretamente” as cores. As americanas, por sua vez, consideram as alemãs “donas da verdade” e demasiadamente emancipadas – porém, por educação se calam – e como não têm certeza de seu modo de avaliar a cor, esperam até consultarem seus maridos.

Quem tem razão? Já o escritor romano Plínio, o Velho (23-79) comparou a cor da nobilíssima púrpura à da ametista.

Na abadia de Westminster, em Londres, encontra-se a cadeira em que, desde 1308, reis e rainhas da Inglaterra foram coroados. Seus braços estão forrados de um veludo violeta, de tonalidade intensa. Também estão forradas de veludo todas as coroas reais → Fig. 70. O carro descoberto do qual a rainha assiste às comemorações, no dia de seu aniversário, também é forrado de tecido violeta.

Porém, consideremos os fatos histórios: entre as representações antigas de roupas na tonalidade púrpura cujas cores se conservam inalteradas, encontram-se os mosaicos de San Vitale, em Ravena, que datam de 574; esses mosaicos mostram o imperador Justiniano e a imperatriz Teodora, cercados por sua corte. As vestimentas na cor púrpura, tanto a do imperador como a da imperatriz, são de um violeta profundamente escuro – um violeta que tende para o marrom.

Nas Bíblias mais antigas, escritas à mão, as imagens dos santos aparecem com frequência pintadas sobre um fundo púrpura. Esse púrpura é também de

tom violeta azulado.

Não há como se determinar desde quando a ideia que se tem da cor púrpura na Alemanha começou a divergir da dos outros países. Goethe também empregou, em sua Teoria das Cores, um vermelho carmim para descrever o tom “vermelho púrpura”; contudo, ele observa: “Em consideração à sua alta dignidade, nós temos, eventualmente, chamado essa cor de púrpura – embora saibamos que o púrpura dos antigos tendia mais para o azul.”

As representações errôneas das cores conduzem sempre e novamente a erros de tradução: “montanhas púrpuras” são traduzidas como “montanhas de um vermelho incandescente”; em verdade, havia-se pensado aqui em montanhas de um tom violeta pálido, pois assim são vistas as montanhas à distância. E os olhos de tom púrpura da famosa atriz Elizabeth Taylor não são no tom vermelho incandescente, seu tom é um violeta lavanda.

A verdade é: a história, sim, conhece bem as cores violeta e vermelho púrpura. Comecemos pelo púrpura violáceo – pois é aí que a história do púrpura tem seu início.

O púrpura antigo era feito de vários tipos de caramujos. Os caramujos com que se fazia o púrpura vivem no mar, dentro de conchas listradas de branco e marrom dotadas de espinhos rombudos, e possuem uma cauda em forma de tubo. São chamados de “caramujos espinhentos” pelos zoólogos. Eles são encontrados por todo o Mediterrâneo e estão à venda nos mercados até hoje – não como matéria-prima para tinturas, mas para serem consumidos como frutos do mar.

O púrpura mais famoso de todos os tempos vinha da Fenícia, dos estados de Tiros e Sídon – no atual Líbano, são hoje as cidades de Sur e Saida. Lá existem ainda conchas desses caramujos dispostas em camadas que medem vários metros de altura, resquícios da antiga produção do púrpura. Suspeita-se que os fenícios descobriram, por volta de 1500 a.C., o mistério do tingimento com púrpura. Na Itália, o púrpura foi fabricado também; há um monte Testácio, em Taranto, que é uma montanha feita de conchas dos caramujos espinhentos.

Para se obter a tintura púrpura necessita-se do muco incolor que o caramujo secreta. É esse muco que contém o estágio preliminar da tintura – antigamente se acreditava que o púrpura fosse o sangue do caramujo. Punham-se os caramujos em caldeirões e eles eram deixados ali apodrecendo – o que fazia com que produzissem mais muco – além de exalarem um mau cheiro insuportável. As cidades que produziam a tintura eram famosas por esse mau cheiro.

O turvo caldo de caramujos podres era cozido por cerca de dez dias – o que fazia com que seu mau cheiro aumentasse e o caldo reduzisse: de cem litros de

caldo obtinham-se, finalmente, cinco litros de extrato de tintura. Esse extrato era de um amarelo turvo, e era dessa cor que saíam os algodões e as sedas que nele fossem imersos. Somente após secar ao sol o amarelo sujo ia se transformando, primeiramente em verde, depois em vermelho, culminando na aparição do violeta púrpura.

O púrpura é absolutamente à prova de luz, uma vez que é gerado por ela. Por isso antigamente o púrpura era considerado, num tempo em que quase todas as cores desbotavam, como a cor simbólica da eternidade.

O tom do púrpura dependia de substâncias corantes adicionais, mas acima de tudo do tipo de caramujo utilizado. Do caramujo *Morex trunculus* obtinha-se um violeta avermelhado; do *Morex brandaris*, o púrpura mais caro, o púrpura violeta escuro.

Os índios mexicanos até hoje usam, para produzir tintura, os caramujos da púrpura que vivem pelas costas rochosas. Eles os colocam sobre fios embebidos em água do mar e deixam cair sobre eles, gota a gota, sumo de limão, para que desse modo eles segreguem sua mucosidade. Os fios, postos imediatamente a seguir ao sol, se tingem em poucos minutos.

O químico Paul Friedländer tentou, em 1908, analisar essa tintura antiga para fabricá-la sinteticamente. Para isso ele precisou primeiramente produzir o púrpura conforme as antigas receitas. Friedländer comprou dos comerciantes de Trieste doze mil desses moluscos, cozinhou-os e obteve dali 1,4 gramas de tintura púrpura – suficente apenas para tingir um lenço de bolso. Para tingir um manto de coroação eram necessários três milhões de caramujos. Apesar de os caramunjos e a mão de obra serem baratos, nos tempos da Antiga Roma, um quilo de fio da cor púrpura custava vinte vezes mais do que os mais caros tecidos. Um metro de seda púrpura custava o equivalente a vários milhares de euros.

A análise a que Friedländer submeteu o púrpura terminou com uma surpresa: o corante feito de muco de moluscos é quimicamente quase idêntico ao corante índigo obtido de plantas. O índigo com mais dois átomos de bromo: eis o púrpura. Devido aos átomos de bromo, o índigo azul se tornava violeta. Porém, a descoberta de Friedländer não teve as mesmas consequências econômicas que a descoberta da estrutura do índigo, pois a produção sintética do púrpura se revelou extremamente dispendiosa. Com isso, o púrpura obteve a garantia de sua exclusividade.

A firma Kremer-Pigmente produz cores históricas segundo as velhas receitas, ou as importa de seus países de origem; entre elas figura a púrpura do caramujo;

para obter um grama de púrpura, são necessários dez mil moluscos, e o grama custa dois mil euros.[10]

4. A cor do poder

Já no Velho Testamento a púrpura é mencionada como cor de alto preço.

Moisés recebe instruções de Deus acerca de quais cores os véus dos templos e as vestes sacerdotais devem ter: púrpura azulada, púrpura rubra e vermelho escarlate, bordadas em ouro. Púrpura azulada e púrpura rubra – isso significa púrpura feita a partir de dois tipos de caramujos; a cor variava também em função de alguns aditivos que eram utilizados, e que eram secretos. O vermelho escarlate, a segunda cor mais cara da Antiguidade, era o vermelho produzido a partir de piolhos.[11]

A cor com que se deveria honrar a Deus era também, na Antiguidade, a cor dos soberanos. Quando o rei Baltazar bebeu vinho nas taças de ouro roubadas por seu pai de um templo em Jerusalém, apareceram desenhadas na parede as enigmáticas palavras "*Mene mene tekel u-par-sin*" e o rei, assustado, prometeu as mais altas honrarias a quem fosse capaz de decifrar o sentido dessas palavras: "Quem for capaz de ler as palavras e explicar seu significado será vestido de púrpura e receberá uma corrente de ouro no pescoço." Vestir púrpura era um privilégio maior do que usar ouro.

A preparação de uma vestimenta púrpura durava anos: através das rotas das caravanas se transportava a seda da China e de Damasco, na Síria; ali ela era tecida pelos melhores tecelões de seda do mundo. Em seguida os tecidos eram levados a Tiro, na Fenícia, onde eram tingidos de púrpura. E de Tiro os tecidos tingido seguiam para Alexandria, no Egito, onde eram bordadas a ouro.

No Império Romano, somente o imperador, sua mulher e o herdeiro podiam vestir túnicas na cor púrpura. Aos ministros e altos funcionários era permitido usar somente uma borda púrpura na túnica. Usar sem permissão a cor púrpura era punido com a pena de morte. Júlio César decretou que os senadores poderiam usar faixas púrpura na toga, porém ele era o único que podia trajar uma túnica inteiramente púrpura. Cleópatra, rainha do Egito, que não tinha de obedecer ao decreto de César, tingiu de púrpura a vela de seu barco.

Por volta do ano 300, o imperador Diocleciano decretou a tinturaria da púrpura um monopólio imperial. Ele mudou as tinturarias para Bizâncio, mais tarde Constantinopla e atualmente Istambul. Os imperadores romanos orientais conservaram em segredo o tingimento com púrpura. A púrpura era, por lei, a cor

imperial. A tinta com que o imperador assinava também era púrpura, e essa tinta ficava sob a guarda de um funcionário que portava o título de “guarda do escritório imperial”. O aposento onde a imperatriz dava à luz seus filhos era todo atapetado de seda púrpura.

Nos mosaicos de São Vitale, em Ravena, o imperador Justiniano e a imperatriz Teodora, em companhia de sua corte, mostram que é dever de cada pessoa saber que quantidade de púrpura ela carrega. O imperador está totalmente envolto em púrpura. Como, além disso, ele era também o cabeça da Igreja, leva ainda uma auréola. Junto dele um bispo – sem auréola – luz numa estola dourada sobre uma túnica branca, mas carrega apenas a quantidade permitida de púrpura: as bordas das mangas e as bordas da túnica. Os mais altos funcionários podiam usar, costurados em suas túnicas, um retângulo grande de tecido púrpura.

Diante do imperador está a imperatriz Teodora → Fig. 71. Ela também usa auréola e está totalmente vestida de púrpura. As damas de sua corte que tiveram a honra de ser eternizadas no mosaico não estavam autorizadas a levar nada na cor púrpura.

Os historiadores da arte Hagen y Hagen citam, em sua descrição dos mosaicos ao historiador Procópio, contemporâneo de Teodora, que em 532, ano em que houve uma rebelião, a imperatriz se recusou a partir para o exílio. Ela esclareceu: “Não quero jamais ter de renunciar ao púrpura, e não quero jamais viver nem sequer um dia em que minhas acompanhantes não se dirijam a mim como sua imperatriz. O púrpura faz uma boa mortalha.” Teodora ordenou que a revolta fosse reprimida. Houve quarenta mil mortos, mas a coroa estava a salvo. Quando morreu, em 548, foi enterrada com uma túnica púrpura.

O púrpura continuou sendo a cor do poder – enquanto o púrpura autêntico existiu. As telas tingidas de púrpura chegavam ao Ocidente apenas como presentes dos imperadores bizantinos. O manto púrpura que Carlos Magno vestiu quando foi coroado foi um presente de Bizâncio.

Porém, desde 1453, quando Constantinopla foi conquistada pelos turcos, o púrpura desapareceu. As tinturarias imperiais foram destruídas e os tintureiros, assassinados. O ocaso do Império Romano do Oriente foi também o fim do tingimento com o púrpura dos caramujos. A partir de então passou a ser o carmim, a tinta vermelha dos piolhos, a mais cara das cores. E foi assim que o púrpura passou a ser vermelho.

5. A cor da teologia

A devoção / a fé: branco 33% · preto 25% · violeta 20%

No acorde da devoção, o branco é a cor divina; o preto é a cor política; o violeta é a cor da teologia.

A única instituição pública cujos ministros trajam violeta é a Igreja Católica. Violeta é a cor do escalão de bispos e de prelados, cujas batinas, nos atos oficiais, são dessa cor. Também nas batinas de uso diário, pretas, o escalão é dado a conhecer: na batina dos bispos os botões são violeta, na dos cardeais são vermelhos.

O violeta eclesiástico também teve sua origem no púrpura. A cor do poder temporal é, na interpretação eclesiástica, a cor da eternidade e da justiça. Assim a Igreja resolveu o dilema de, apesar de lutar pelo poder, se apresentar como humilde servidora de Deus.

Enquanto existiu o autêntico púrpura de caramujo, o violeta foi a cor dos cardeais de mais alta posição. Antigamente, um cardeal costumava ter mais poder e dinheiro do que um rei. Porém, poucos anos depois que a tinturaria do púrpura desapareceu de Constantinopla, o papa Paulo II ordenou, em 1464, que as vestimentas dos cardeais passassem a ser tingidas de vermelho. Agora o "púrpura dos cardeais" passou a ser o vermelho levemente azulado. As vestes dos bispos de graduação mais baixa passaram a ser tingidas com uma mistura de carmim com o índigo, cor bem menos dispendiosa – mistura que resultava no violeta. Assim, o escalonamento das cores foi rearranjado de acordo com seu preço.

Quando os professores das universidades ainda usavam vestes talares, os professores de Teologia apareciam com boinas violetas. Em muitas universidades o próprio talar era violeta, mas na maioria dos casos o talar era preto com a borda violeta.

Na Igreja Evangélica, o violeta permanece até hoje como cor eclesiástica. Nos dias em que há serviço religioso içam-se bandeiras brancas com uma cruz violeta. As placas para anunciar o serviço religioso evangélico mostram uma igreja cor de violeta → Fig. 72.

No romance de Alice Walker, *A cor púrpura*, flores lilases do campo simbolizam o fato de Deus estar em tudo e em todos. A cor lilás ou violeta é

aqui, também, a cor do divino e da fé.

6. A cor da penitência e da sobriedade

Como cor litúrgica da Igreja, o violeta é a cor da penitência. Na confissão, o sacerdote usa uma estola violeta. Quase todos os confessionários têm cortinas violeta.

No advento, o violeta é a cor do jejum, assim como durante o jejum da Páscoa – durante essa época, todos os sacerdotes católicos rezam a missa trajando violeta. Em muitas igrejas, durante a Semana Santa, os crucifixos são cobertos com panos violeta.

Desde o Segundo Conselho do Vaticano (1962-1965), o violeta está presente também nas missas para os mortos. O preto foi abolido, pois a cor do luto profano não deveria ser a mesma cor do cerimonial religioso.

No simbolismo cristão, o violeta é a cor da humildade. A contradição em relação ao púrpura violeta como cor do poder foi resolvida pela Igreja da seguinte forma: os reis governam mediante a força, enquanto os cardeais e a Igreja o fazem pelas vias da humildade.

Em consonância a isso, o violeta foi escolhida como cor simbólica da humildade: “Seja como a violeta nos campos, humilde, modesta e recatada”... Desde a Antiguidade as violetas eram a flor-símbolo da moderação, contudo com uma conotação muito mundana: nos banquetes era costume usarem-se coroas de violetas na cabeça: o perfume das violetas – era o que se esperava – protegia contra dores de cabeça e ressaca.

O mesmo efeito era prometido pela pedra preciosa ametista, que tem a cor da violeta. Quem usasse uma ametista estaria protegido contra a bebedeira. Daí vem também o nome da pedra – a palavra grega “*amethysos*” significa “não bêbado”. Uma possível explicação lógica para a antiga superstição: na alta sociedade dos antigos, era costume usar copos de ametista polida. Nesses copos não havia como se distinguir água de vinho, e quem quisesse permanecer sóbrio prosseguiria no banquete bebendo apenas água e passaria despercebido.

O fato de os cardinais receberem do papa um anel de ametista tem, naturalmente, um outro significado: aqui a sobriedade significa, uma vez mais, humildade.

A ametista, como pedra do mês, é fevereiro, pois sua cor corresponde ao tempo de penitência e jejum. Em concordância a isso, muitos astrólogos

atribuem essa cor ao signo de Peixes, pois os piscianos, em geral, aniversariam durante o período de jejum, quando as pessoas não devem consumir carnes, somente peixe. O regente do signo de Peixes é Netuno, o deus dos oceanos dos romanos. O violeta combina com a profundeza das águas – além disso, Netuno, como regente, deve ser representado sempre trajando púrpura violeta.

Originalmente, o signo de Peixes pertencia ao planeta Júpiter, que, na mitologia romana, regia os céus. No sistema astrológico, Júpiter rege também o signo de Sagitário. Disso surgia a contradição de Júpiter pertencer aos céus no signo de Sagitário, mas pertencendo à água no signo de Peixes. Isso era, até mesmo para os astrólogos, demasiadamente ambíguo. Agora, tradicionalmente, existem dois signos para cada planeta, então foi subdividido: Júpiter para Sagitário; Netuno para Peixes. A resolução do problema abrange uma das questões centrais da astrologia: há séculos que novos planetas vão sendo descobertos, e eles precisam ser integrados ao sistema astrológico, caso a astrologia queira continuar afirmando sua pretensão à veracidade – até mesmo sobre as ciências naturais. Quando o recém-descoberto planeta Netuno, no século XIX, foi declarado regente do signo de Peixes, alguns astrólogos pretenderam assim se tornar “modernos”. O signo de Peixes é simbolizados por dois peixes, o que está de acordo com a duplicidade do violeta, no qual algumas vezes domina o vermelho, em outras o azul – algumas vezes as qualidades masculinas, outras as femininas. O violeta é atribuído também ao signo de Gêmeos → Violeta 9.

7. A mais singular e extravagante das cores

A extravagância: violeta 26% · prata 18% · ouro 16%

A singularidade: violeta 22% · prata 15% · amarelo 12% · laranja 10% · preto 10%

À primeira vista, quando se vê uma pessoa vestida de violeta não se pensa em humildade, recato ou penitência – o violeta é percebido como uma cor extravagante. Violeta-prata-ouro é o acorde da elegância não convencional, ao contrário do preto-prata-ouro, que é o acorde da elegância tradicional.

O violeta é a mais singular das cores. Nada do que vestimos, nada do que nos rodeia é violeta por natureza. O que existe na cor violeta existe sempre também em muitas outras cores. O violeta denuncia que a escolha foi conscientemente direcionada para uma cor especial.

Ninguém usa o violeta de forma impensada, como se usa o bege, o cinza ou o preto. Quem se veste de violeta quer chamar a atenção, distinguir-se da massa. Quem escolher o violeta sem verdadeiramente apreciá-lo dá a impressão de estar disfarçado, transmite a impressão de que a cor tem mais força do que a pessoa que a usa. Quem se veste de violeta tem que saber por que motivo o faz.

Quando Elizabeth Taylor esteve casada com o político republicano John Warner e o acompanhava em suas campanhas, não podia nunca usar o violeta – sua cor predileta, que combinava com seus olhos – porque o partido achava que uma cor que costumava ser usada por reis não era a mais adequada para um partido que se chamava republicano. Quando Warner venceu as eleições, Elizabeth celebrou a vitória usando um conjunto de calça e paletó na cor violeta.

8. A cor da vaidade e de todos os pecados ligados à beleza

A vaidade: violeta 24% · rosa 20% · ouro 18% · amarelo 12% · laranja 7%

A significação eclesiástica do violeta entra em contradição com o efeito do violeta profano. As pessoas chegam a dizer: o violeta é a cor de todos os pecados bonitos.

Como cor dos pecados bonitos o violeta é, evidentemente, feminino. Isso pode ser detectado pelos nomes de mulher “Viola”, “Violette” ou “Violeta”. Todos os nomes de mulher derivados do violeta são nomes de flores. “Iolanda” é a violeta grega. Da urze violeta resultou o nome, antigamente muito popular, “Erika”; mais extravagantes são “Hortênsia”, da flor rosa-lilás hortênsia, e “Malvina”, da malva. Também a designação da cor “lilás” é permitida como nome de mulher, ela veio da flor francesa “lilás”. Embora o violeta seja uma cor eclesiástica, não existem nomes masculinos dessa cor.

Um indício moderno para o gênero psicológico de uma cor é a coloração típica de todos os produtos considerados masculinos, como automóveis – de todos os nuances de preto, do branco ao cinza, de todos os tons de azul, verde, vermelho e marrom, o violeta foi a ultimíssima cor a ser oferecida pelos fabricantes aos consumidores. O violeta em carros só foi popular pela primeira vez em 1995, e essa moda teve início com os carros pequenos, os assim chamados “carros de mulher”.

Violeta é a cor da vaidade. A vaidade é, segundo a tradição cristã, um dos sete pecados mortais – pelo entendimento moderno certamente o menos danoso. Contudo, no mundo medieval, com suas regras para as vestimentas, a vaidade era um grande tema para os sermões: um pecador ímpio, o que prefere agradar aos homens do que a Deus. Como a vaidade hoje em dia é pouco vista como pecado, isso se demonstra no acorde da vaidade, violeta-rosa-ouro – falta aí a própria cor do pecado, que é o preto. A vaidade é bela demais, e por demais inofensiva, para ser considerada um pecado.

Um perfume de Dior em um frasco de cor verde intensa e embalagem violeta chama-se *Poison*, em português “veneno”. Com isso naturalmente não se quer sugerir que ele seja venenoso, e sim perigosamente arrebatador.

Caixas de joia frequentemente são forradas com veludo de cor violeta.

Asprey, o joalheiro real londrino, tem como cor de identificação um violeta avermelhado, pouco comum para fins comerciais.

Violeta e lilás foram sempre as cores preferidos para embrulhar tabletes de chocolate, desde Cadbury até Milka, com sua vaca lilás. O violeta é, portanto, a cor dos pecados doces.

9. A cor da magia, da metempsicose e do signo de Gêmeos

A magia: preto 48% · **violeta 15%** · ouro 10%
O misterioso: preto 33% · **violeta 28%** · prata 10% · ouro 8%
A fantasia: azul 22% · **violeta 19%** · laranja 16% · verde 10%

Violeta é a cor da magia. Entretanto, o preto foi citado com maior frequência – isso porque as pessoas, espontaneamente, fazem a associação com o termo "magia negra"; contudo, é só por meio do violeta que o preto se torna mágico e misterioso. O que veste um feiticeiro? "Uma túnica violeta!", a maioria diz de forma espontânea. Também as bruxas malvadas se vestem de violeta, as fadas bondosas se vestem de lilás.

O violeta dos magos está inscrito na tradição do púrpura. Quando Moisés anunciou aos israelitas que os sacerdotes deveriam vestir túnicas de cor púrpura, tantos os sacerdotes quanto os magos ainda eram os mediadores do além, possuíam o mesmo *status*. Como complementar ao amarelo, que é a cor do entendimento, o violeta é a cor da fé – e também da superstição.

O violeta vincula a sensualidade à espiritualidade, sentimento e intelecto, amor e abstinência. No violeta todos os opostos se fundem.

O violeta é a cor mais íntima do arco-íris, ele se transmite ao invisível ultravioleta. Assim, o violeta marca a fronteira do visível com o invisível. Antes de cair a noite, o violeta é a última cor que antecede a escuridão total.

Na simbologia indiana, o violeta é a cor da metempsicose, a transmigração das almas. Na psicologia moderna é a cor dos alucinógenos, que devem abrir a consciência a estímulos irreais. Eles são frequentemente negociados sob denominações violeta como "*purple heart*" ou "*purple rain*". Em 1970, o tema da década era a "expansão da consciência"; sincronisticamente o violeta foi eleito a cor da moda. À época, alcançava fama a banda de rock Deep Purple.

O violeta simboliza o lado sinistro da fantasia, a busca anímica, tornar possível o impossível.

A obra do pintor surrealista Brauner *Gêmeos,* simbolizando o signo astrológico do mesmo nome → Fig. 77, à qual foram atribuídos poderes proféticos, liga o laranja, a cor das mutações, com a magia do violeta.

A maioria dos astrólogos vincula o violeta ao signo de Gêmeos, pois, assim

como acontece com o signo de Peixes, sempre representado por dois peixes, o signo de Gêmeos também é representado por um ser duplicado, no qual os opostos se unem e que vai se transformando sempre em seu contrário. “Duas almas habitam, ai!, em meu peito”, esse deveria ser o tema condutor do signo de Gêmeos, e elas estão simbolizadas nos opostos vermelho e azul, masculino-feminino.

O signo de Gêmeos é regido pelo planeta Mercúrio, que é o deus do comércio – e comerciar significa sempre, também, transformar. Nenhuma cor se adequa melhor a esse signo do que o mutável, talvez também inconstante violeta.

10. As cores dos *chakras* no esoterismo

Chakra, ou no plural *chakras*, é a denominação das regiões esotéricas do corpo e, segundo os ensinamentos esotéricos, as energias e vibrações a eles pertencentes – que, supostamente, compõem a aura das pessoas. O corpo humano, esotericamente, é subdividido em sete regiões de *chakras*, que se sobrepõem umas às outras em camadas. A cada um dos *chakras* é atribuída uma cor, de forma que, dos pés até a cabeça, o espectro do arco-íris se reproduza. As zonas cromáticas e, sobretudo, a descrição das cores não são uniformes, mas majoritariamente vale a seguinte construção: *Pernas e órgãos reprodutivos: vermelho*

O vermelho é a cor da base, a primeira cor, de modo que todo o corpo é dessa cor. O vermelho também pertence, por tradição, simbolicamente, à sexualidade e, por isso, aos órgãos sexuais. Considerando-se de forma genérica, o vermelho é a cor da coluna vertebral, dos ossos e, naturalmente, do sangue.

Ventre: laranja

No esoterismo o sentimento é mais importante que o intelecto, e o ventre é considerado o centro de todos os sentimentos aos quais a razão não tem acesso. O sentimento que é "governado pelo ventre", visceral, é mais forte que o sentimento "governado pela cabeça"; por isso, ao abdômen corresponde a cor laranja, símbolo do não racional e do regozijo. Nessa região do corpo se encontram os órgãos reprodutivos. O laranja apresenta-se aqui como a cor do centro da força impulsiva nos homens, o que está também de acordo com o esoterismo de inspiração indiana.

Plexo solar / Região entre o umbigo e o seio: amarelo

A cor que rege o centro nervoso do plexo solar – em alemão *Sonnengleflecht* – é, naturalmente, o amarelo. Além disso, nessa região se encontra também a vesícula, com seu suco amarelado, e o fígado, que, quando adoece, faz com que a pessoa fique amarela.

Coração e seios: verde

A cor da vida e do crescimento, simboliza o centro vital.

Região do pescoço até os dentes: azul-claro

Essa região quase não se deixa influenciar pelas emoções, é a área da laringe, ou seja, da linguagem: então, aqui, a cor que domina é o frio azul do intelecto

puro.

Rosto: azul-escuro (índigo)

Olhos, orelhas e nariz pertencem ao domínio da percepção, governada pelo intelecto. Nessa região se encontra também a fronte – o azul-escuro deve simbolizar, portanto, a profundidade dos pensamentos.

Cérebro: violeta

Aqui se conectam os sentimentos e a inteligência, assim como o vermelho e o azul se ligam no violeta.

Segundo alguns esotéricos, existe também um corpo não material, um "corpo etéreo", cuja cor simbólica é o magenta, que é o vermelho mais puro. E, se for o caso, outras zonas cromáticas podem ser apontadas pelos esotéricos – por exemplo, zonas de cor dourada, que se encontrariam na região central do corpo, ou zonas cor-de-rosa, pertencentes ao coração.

No esoterismo, é especialmente popular a cura pelas cores. Teoricamente existem duas maneiras:

1. As regiões do corpo que estão doentes são tratadas com as cores correspondentes a cada *chakra*, para intensificar sua energia cromática;
2. As regiões doentes do corpo são tratadas com as cores contrárias, para enfraquecer as energias ruins. Como cores contrárias, alguns terapeutas utilizam as cores complementares, mas a maioria trabalha com as cores psicologicamente opostas – dessa forma, tratam as doenças vermelhas não com a cor verde, mas com azul, pois as cores psicologicamente opostas atuam de modo mais convincente sobre a maioria das pessoas; além disso, as cores complementares não são conhecidas por todos.

De qualquer forma, a maioria das terapias tentam ambos os caminhos – tanto fazem tratamentos utilizando a cor do *chakra* quanto também a cor oposta.

As terapias com cores consistem em manipulações com óleos coloridos, aplicados sobre a pele ou ingeridos, na contemplação ou aplicação tópica de gemas de determinadas cores, em banhos com águas coloridas, irradiações de luz colorida, uso de óculos com lentes coloridas *etc*. São muitas as terapias e mais numerosas ainda as teorias sobre seus efeitos, porém não existe nenhuma evidência de sua eficácia que possa ser aceita pela ciência moderna. Novamente devemos esclarecer aqui que o título de cromoterapeuta não tem nenhum reconhecimento, e qualquer um pode assim se declarar, ainda que lhe falte qualquer tipo de formação em medicina ou psicologia. E é exatamente entre os leigos que a crença no efeito curativo das cores e em suas forças suprassensoriais

é frequentemente perigosa.

Embora esteja comprovado pela medicina que uma carência constante de luz solar, ligada à subnutrição, conduza ao enfraquecimento dos ossos e até mesmo ao raquitismo, essas situações extremas, que eram comuns em outros séculos em bairros operários, minados pela miséria, felizmente não existem mais. Quando os cromoterapeutas afirmam que com uma terapia baseada nas cores podem ser evitadas doenças como o raquitismo, estão usando de um discurso enganoso e de falta de seriedade sobre as possibilidades reais de que uma doença assim pudesse ocorrer.

É verdade também que a luz do Sol pode trazer benefícios a algumas doenças de pele, mas essas irradiações especiais com luz colorida não produzem efeito algum. Uma terapia cromática poderá fazer sentido em alguns transtornos psíquicos, que não tenham causa orgânica e que podem também ser curados com repouso e meditação. Nesse caso, a concentração de uma determinada cor poderia servir de auxílio à meditação.

Todas as publicações sobre o tema da cura pela cromoterapia deveriam insistir sobre a necessidade de se consultar sempre um médico, quando a pessoa estiver sob o efeito de verdadeiras doenças. Isso não significa que os médicos devam acompanhar as cromoterapias, trata-se simplesmente de se submeter a tratamentos que sejam reconhecidos pela medicina – ainda que, paralelamente, se queira recorrer à cromoterapia → Vermelho 22.

11. A cor da sexualidade pecaminosa

O mais belo de todos os pecados é, para muitos, a sexualidade. Somente por meio do violeta o vermelho ganha uma vibração indiscutivelmente sexual. Vermelho-violeta-preto-rosa, não importa em que sequência, é o acorde → da imoralidade, → da sedução, → da sexualidade. O violeta contém mais sexo do que o vermelho. E esse é o mistério do violeta.

Oscar Wilde chamou a sexualidade proibida de “as horas violetas no tempo cinzento”. E Keats, o famoso poeta, criou fantasias sobre o “palácio dos doces pecados, atapetado de violeta”.

Existe nos Estados Unidos um coquetel que é tão famoso quanto temido, denominado “*purple passion*” (paixão púrpura), que, em virtude de seu alto teor alcoólico, promete conduzir a uma sexualidade livre de inibições.

12. A cor dos originais e dos inconformistas

O inconformista / o não convencional: violeta 28% · laranja 22% · amarelo 11%

O original: violeta 23% · laranja 19% · prata 12% · ouro 10% · rosa 9%

O que está na moda: preto 19% · **violeta 16%** · laranja 14% · azul 10% · amarelo 9%

O violeta pode ser considerado como típica cor da moda – apesar de só muito raramente se tornar um *hit*. Muitos avaliam o violeta como excessivamente ousado. No acorde do que se considera estar "em voga", predomina o preto – a cor favorita do vestuário jovem; mas "moda", na real acepção da palavra, o preto não é – pois ele é atemporal. Realmente "moda", ou seja, o que depende do tempo, do que estiver em voga, são o violeta e o laranja; são cores que, por algum tempo, são consideradas totalmente *out*; depois, por um breve período, voltam a ser *in*.

O violeta é inconformista, é original. Apesar de sua frieza, o violeta é uma cor sonora – e esse efeito se torna especialmente forte quando se combina com a alegria do laranja. Violeta-laranja: não existe nenhuma combinação de cores que fuja mais às convenções do que essa.

13. A mais antinatural das cores

O artificial / o antinatural: violeta 22% · prata 18% · rosa 17% · ouro 14% · laranja 10%

O violeta, como a mais rara cor na natureza, é também a menos natural, a mais artificial das cores. O violeta foi a cor predileta da corrente artística que se iniciou na França por volta de 1890 sob o nome de *Fin de Siècle*, logo se propagando à Inglaterra, por volta de 1900, sob o nome de *Art Nouveau*, chegando finalmente à Alemanha, onde se chamou *Jugendstil* – "estilo jovem"–, alcançando grande popularidade. Naquela época, quando as indústrias haviam adquirido grandes dimensões e parecia que tudo poderia ser produzido artificialmente, tudo quanto fosse natural era depreciado, considerado como não artístico.

Nos ornamentos com motivos vegetais – flores e plantas – do *Jugendstil*, a natureza aparecia de tal modo estilizada que dava a impressão de ter sido criada por *designers*. Cada um desses ornamentos poderia bem servir como modelo para uma produção tecnológica, em série.

Nessa estética do artificial, a cor violeta ocupou um lugar de honra. Os salões violeta, com seus móveis forrados da mesma cor, foram considerados a culminância do culto à decoração de interiores. Esses espaços violeta, em sua maioria combinados com preto, hoje produzem verdadeiro horror, quando são contemplados nos museus; se forem observados à luz de uma autêntica lamparina a óleo, produzem um efeito misterioso, convertendo-se no cenário ideal para as *femmes fatales* – ideal de mulher daquela época.

Não por acaso, o violeta foi a primeira cor sintética. Em 1856, William Henry Perkins, um ajudante de laboratório de 19 anos, destilou o carbono – fez isso por erro, pois tinha sido encarregado de outra tarefa; diante do pasmo geral, obteve um corante violeta. Perkins patentou-o sob o nome de *Perkins mauve*, um violeta muito intenso, que ligou seu nome ao da malva. Contudo, os tintureiros ingleses se recusaram a utilizar essa cor desconhecida. Trinta anos mais tarde, os tecelões de seda de Lion, que dominavam o mercado, descobriram que a patente de Perkins não tinha validade na França; decidiram então produzir tecidos tingidos com o *Perkins mauve.* A cor ficou tão na moda que o período entre 1890 e 1900 recebeu o nome de "a década da malva". Quase todos os utensílios

daquela época, que podemos hoje em dia ver nos museus ou nos mercados de antiguidades, são na cor violeta ou lilás.

As demoníacas figuras femininas dos artistas do *Jugendstil*, como Gustav Klimt, usam com frequência roupas violeta, quase sempre combinadas com ouro e prata. Esse foi o acorde típico da *Art Nouveau*, de uma extravagante artificialidade. Nas pinturas da época quase não se veem cores primárias, pois o que não fosse artificial não poderia ser considerado arte.

14. A cor do feminismo

O movimento feminista começou com a luta pelo direito de voto para as mulheres. “Sufrágio” significa “direito de voto”, e assim essas mulheres eram chamadas de “*sufragetes*”. A luta começou em 1870, na Inglaterra. Naquela época estavam excluídos do direito de votar: os presos, os doentes mentais reclusos em manicômios, os sociopatas enviados às casas de correção e as mulheres, independentemente de sua honra, inteligência ou fortuna.

Por toda a Europa, as mulheres lutaram pelo direito de poder votar. Em 1918, as sufragetes conseguiram seu objetivo na Inglaterra. Na Alemanha, essa vitória chegou um ano mais tarde, em 1919. Na França, somente em 1944.

No ano de 1908, a inglesa Emmeline Pethick-Lawrence popularizou três cores como símbolo do movimento feminino: violeta, branco e verde. Sua explicação: “O violeta, como cor dos soberanos, simboliza o sangue real que corre pelas veias de cada mulher que luta pelo direito ao voto, simboliza sua consciência da liberdade e da dignidade. O branco simboliza a honestidade na vida privada e na política. O verde simboliza a esperança de um recomeço.”

Era necessário que fossem três cores, pois desde a Revolução Francesa as flâmulas tricolores simbolizavam todos os movimentos libertários. E principalmente: era preciso que fossem cores que estivessem no armário de toda mulher, que não exigissem aquisições dispendiosas. Precisavam ser cores que funcionassem no dia a dia, e no entanto que fossem inequivocamente cores do movimento feminino, que pudessem ser reconhecidas como tal – e esse efeito não pode ser obtido com uma cor apenas.

Toda mulher tinha em seu armário uma blusa branca e uma saia comprida de fibra de algodão branca, com rendas e nervuras. Ou então uma saia violeta – cor muito popular na virada do século, especialmente na indumentária de inverno. A cor verde sempre fez parte da indumentária de todos os dias. Durante as manifestações, foram usadas também largas faixas nas cores violeta, branco e verde, que iam desde o ombro até a cintura → Fig. 75.

As sufragistas costumavam vestir suas cores também no dia a dia: conjuntos verdes com debruns ou detalhes em violeta; penas de avestruz nas cores violeta e verde espetadas em chapéus brancos; no ponto alto do movimento, passaram a existir também sapatos e bolsas nessas três cores: violeta, branco e verde. Muitos

homens deram seu apoio às sufragistas, usando suas cores em pequenas faixas, que atavam em seus chapéus ou gravatas. As sufragistas casavam-se levando em seus buquês violetas e flores brancas.

Hoje em dia, pode parecer ridículo o fato de que um movimento feminista tenha se identificado pela vestimenta, mas, naquele momento, foi o que havia de mais adequado: era a melhor maneira de demonstrar publicamente como eram muitas as mulheres – e não poucos os homens – que apoiavam o movimento.

Por volta de 1970, o violeta voltou a se tornar popular como cor do movimento feminista. Os objetivos – que até hoje não foram alcançados – eram: direito das mulheres ao aborto e a salário equivalente ao dos homens. O símbolo internacional do movimento era o símbolo feminino – o símbolo astrológico do planeta Vênus – com uma mão fechada dentro → Fig. 76.

Os macacões de *jeans* na cor lilás, surgidos em 1980, marcaram o fim do que havia sido até então a moda feminista.

A luta pelos direitos da mulher durou cinquenta anos. À diferença das vitórias obtidas nas guerras, a vitória delas foi há muito tempo esquecida. Restou somente um termo na lembrança: “sufragista” – como xingamento.

15. A cor da homossexualidade

No violeta funde-se o masculino e o feminino. Nenhuma outra cor pode simbolizar melhor a homossexualidade.

Quando a homossexualidade era ainda punida e desprezada, as camisas na cor lilás para cavalheiros e os *foulards* na cor violeta eram sinais discretos de reconhecimento para os "entendidos".

"The purple hand" – uma mão violeta tornou-se o símbolo da *gay liberation*, movimento *gay* norte-americano. Em 1969, os homossexuais se manifestaram diante do edifício do periódico *Examiner* de São Francisco, que havia publicado artigos contra dos homossexuais. Os funcionários do jornal jogaram tinta violeta pela janela, em cima dos manifestantes, que molharam as palmas de suas mãos com a tinta, imprimindo suas palmas sobre os muros do edifício.

Desde 1980 foi adotada a bandeira do arco-íris como símbolo do movimento *gay*. Nas *love parades* (marchas do amor), os homossexuais exibem bandeiras do arco-íris, e todos os ambientes em que trabalham e vivem, colam adesivos com as cores do arco-íris. Qual será a origem desse costume?

Em 1969, no enterro de Judy Garland, famosa estrela dos musicais cinematográficos, alguns homossexuais carregavam a bandeira do arco-íris. Judy Garland havia cantado a canção favorita entre os *gays*: "*Somewhere over the rainbow*", razão pela qual alguns de seus fãs assitiram a seus funerais empunhando essas bandeiras. Porém, foi necessário que se passassem muitos anos antes que o arco-íris se convertesse em símbolo de identidade do movimento *gay*.

Originalmente, o arco-íris é um símbolo bíblico da união dos homens com Deus. Após o dilúvio a que somente Noé sobreviveu com sua família, Deus prometeu: "Não destruirei pela segunda vez a vida." Como sinal dessa promessa, imprimiu o arco-íris no céu e declarou: "A cada vez que o arco-íris brilhar entre as nuvens, irei me lembrar da promessa que fiz a vocês e a todos os seres vivos." O simbolismo bíblico entre os homossexuais era bem conhecido, pois tradicionalmente os embates travados entre os círculos *gays* e os eclesiásticos são grandes. Para fazer do arco-íris um símbolo independente, no início se propagou a ideia de que o arco-íris deveria ser reproduzido com as cores invertidas – com a faixa violeta em cima. Isso correspondia também à descrição

que se fazia àquela época dos homossexuais, que eram chamados de "invertidos". Assim foi criado um símbolo que passava inadvertido às pessoas que estavam alheias ao movimento, e que adquiriu uma grande importância para os *gays*, que eram então marginalizados socialmente. Porém, a ideia do arco invertido desapareceu mais uma vez, porque simultaneamente a cor violeta se tornou popular como cor do feminismo. Pesquisas realizadas atualmente com homossexuais alemães (que desconhecem que o violeta era a cor da realeza) mostram que eles interpretam essa cor como a "cor das emancipadas", "das lésbicas" ou das "mulheres frustradas". De tal forma que o arco-íris voltou a ser representado como era de costume: o vermelho acima, o violeta embaixo. Principalmente após a popularização mundial do laço contra a Aids, os homossexuais se identificam mais com o vermelho, a cor masculina clássica.

Entetanto, outros grupos adotaram o arco-íris como símbolo; assim as "listras multicoloridas" eleitorais, que integram todas as cores políticas – pois o símbolo de todas as cores deve pertencer a todos.

16. Ambivalente e oscilante no sentimento

A ambivalência: violeta 21% · cinza 20% · marrom 13% · rosa 11% · laranja 10%

A imprecisão: violeta 20% · laranja 20% · rosa 14% · cinza 12% · marrom 10%

Todas as cores mistas são percebidas como ambíguas, não objetivas, incertas. A cor lilás, em que o vermelho, o azul e o branco se nivelam entre si, é a cor que contém maior ambivalência. No violeta a incerteza também não se dissolve nunca, quer ele tenda mais para o vermelho ou para o azul, a impressão que a cor causa se altera com a luz. "*L'heure mauve*" – "a hora violeta" – era antigamente a descrição elegante para os entardeceres tardios, a hora do crepúsculo. Como cor ambivalente, o violeta também pertence ao acorde → da mentira e → da infidelidade.

No teste das cores que Max Lüscher idealizou em 1948, observa-se que o violeta aparece como cor mais votada como cor preferida pelas grávidas, e Lüscher atribuiu isso a fatores hormonais.[12] Como toda especulação sobre a irracionalidade feminina, essa também foi citada como verdade científica. Antes de se fazerem especulações quanto a causas hormonais desconhecidas, entretanto, se deveria analisar o que as grávidas pensaram quando fizeram essas escolhas. Pois para elas era claro: caso tivessem citado o azul como cor preferida, isso teria sido interpretado como uma preferência de sua parte de que a criança que estava esperando fosse do sexo masculino, e o vermelho, como preferência pelo sexo feminino. Quando o teste de Lüster se tornou popular, as cores para roupinhas infantis azul-claro e cor-de-rosa estavam muito em moda. A pergunta "Será um menino ou uma menina?" é tema principal de toda gravidez; diferentemente de hoje, naquele tempo não havia como se identificar o sexo da criança antes do nascimento. Todos sabem que a manifestação de preferência por um dos gêneros pode facilmente decepcionar. Qual cor poderia corresponder melhor a uma escolha por ambos os gêneros?

17. O violeta dos artistas

Ao se tentar obter violeta misturando-se vermelho com azul, é comum obter-se o marrom. Pois basta que o vermelho contenha alguma quantidade de amarelo, o marrom aparece. O violeta só pode ser obtido misturando-se o magenta, que é o vermelho puro, com um azul que também não contenha nada de amarelo.

O mais simples é utilizar diretamente pigmento violeta, que garante a obtenção de um violeta luminoso. E o melhor dos violetas é o violeta de cobalto. Existe o violeta cobalto claro e o violeta cobalto escuro. Usado com óleo ou em tinta de impressora, o violeta de cobalto é uma das cores mais caras, o que está de acordo com sua extravagância. E o fato de o violeta cobalto claro ser uma das cores mais tóxicas – pois é produzido pelo emprego de arsênico – está bem de acordo com sua imagem demoníaca.

18. Lilás – a última tentativa

"Lilás – a última tentativa" é um antigo adágio alemão, que fazia referência aos últimos lampejos do desejo sexual.

A cor lilás, que é um violeta clareado com branco, é a cor das solteironas. Antigamente era a cor das mulheres que não se casavam, que eram muito velhas para o jovial cor-de-rosa – a cor das moças solteiras –, mas que de toda forma desejavam ainda usar um tom pastel. O lilás assinalava: apesar de minha idade um pouco avançada, ainda estou disponível para o casamento.

E assim se formou a imagem negativa da cor lilás. Há nele algo "de vivaz, mas sem alegria", dizia Goethe. Em sua época, a moda começou a fazer distinções entre cores para homens e cores para mulheres. Somente as mulheres vestiam o lilás, daí seu sentido negativo como indicador de desejo sexual; para os homens não há limite em relação à idade para a sexualidade permitida, não existe para eles nenhuma cor que represente sua "última tentativa".

Os aromas violeta são também típicos das "solteironas": lavanda, violeta, alecrim.

O lilás e o violeta foram frequentemente utilizados no *design* das embalagens dos cosméticos destinados às mulheres "maduras". Esses *designers* seguem aqui a convenção do violeta como cor das mulheres mais velhas. Mas será que essas mulheres apreciam essa associação?

Purple Heart – "coração violeta" é como se chama uma condecoração militar, muito conhecida por ser a que mais se concede. Ela é recebida pelos soldados norte-americanos que foram feridos pelo inimigo, ou pelos parentes mais próximos caso o soldado tenha morrido por causa de seus ferimentos. O violeta é a cor que fica entre a vida e a morte.

69 De que cor é o púrpura? Sem titubear os alemães irão escolher o vermelho, mas os ingleses e os americanos vão escolher o violeta. Por quê? A cor original do púrpura era o violeta, na Alemanha o nome da cor foi mudado.

70 Coroas inglesas são forradas na cor violeta, a cor do púrpura inglês.

71 A imperatriz Teodora em sua túnica púrpura – a cor também é violeta.

72 O violeta do púrpura antigo transformou-se na cor das igrejas. Por isso, nas placas indicativas, a igreja é representada na cor violeta.

73 O púrpura violeta, cor feita de moluscos. A partir de 1500, o púrpura à base de piolhos se tornou a cor mais cara. Assim, a Igreja adaptou as cores de sua hierarquia: os cardinais passaram a usar vermelho; os bispos, um violeta que já não é o antigo púrpura.

74 A marca Milka se tornou famosa pelo colorido original dado à sua vaquinha.

75 O movimento feminista teve início com as sufragistas e sua luta pelo direito ao voto. Emblema das sufragetes de 1908. A cor púrpura inglesa simboliza liberdade e dignidade.

76 Emblema do feminismo por volta de 1970. Aqui o violeta simboliza a ligação entre o masculino e o feminino.

77 O pintor surrealista Brauner fez a representação do signo de Gêmeos como um ser duplo, masculino-feminino. O laranja simboliza transformação; o violeta, a magia.

ROSA

Doce e delicado, chocante e *kitsch*.

Do rosa masculino ao rosa feminino.

Quantos tons de rosa você conhece? 50 tons de rosa 1. Mais do que um vermelho fraquinho

2. A cor do charme e da gentileza
3. A cor do carinho erótico e da nudez
4. O rosa infantil: gentil, suave, pequeno
5. A transformação do rosa masculino em rosa feminino
6. O rosa de Madame Pompadour e o rosa do catolicismo
7. A cor do sentimentalismo e dos milagres
8. A cor dos confeitos
9. *Pink*: o rosa choque
10. O rosa criativo
11. O rosa para os artistas: como se pinta pele?
12. Que cor de roupa fica melhor em quem? A cor da pele é fator decisivo

Quantos tons de rosa você conhece? 50 tons de rosa

Por exemplo, a laca de garança rosa não é propriamente um verniz, e sim uma cor altamente transparente, obtida a partir da raiz da garança moída. A laca de garança rosa é uma cor de aquarela muito apreciada.

Denominações coloquiais e as cores artísticas do rosa: Ciclame Cor de carne Cor de pele Cores do quartzo rosa Damasco Érica Flores da cerejeira Framboesa Fúcsia Garança rosa Laca de garança rosa Magenta Malva *Pink*

Rosa antigo Rosa bebê Rosa begônia Rosa bombom Rosa chá Rosa choque (cor de maravilha) Rosa cravo Rosa de Parma Rosa encarnado Rosa esmalte de unha Rosa flamingo Rosa frio Rosa glacê Rosa madrepérola Rosa marzipã Rosa mexilhão Rosa minhoca Rosa orquídea Rosa pálido Rosa pastel Rosa pérola Rosa persa Rosa pêssego Rosa plástico Rosa pó Rosa Pompadour Rosa porquinho Rosa presunto Rosa púrpura Rosa quente Rosa suave Rosa violáceo Rosa-salmão *Rosé* (rosado) *Rouge*

Vermelho rosado

1. Mais do que um vermelho fraquinho

Ao chegarmos ao rosa, diferenciam-se as simpatias dos idosos em relação aos jovens de forma muito mais nítida do que com qualquer outra cor. 29% dos homens até 25 anos citam o rosa como a cor de que menos gostam – mas somente 7% dos homens com mais de 50 anos. E 25% das mulheres com menos de 25 anos citam o rosa como a cor que menos lhes agrada – mas apenas 8% das mulheres com mais de 50 anos.

E quem gosta de rosa? 3% das mulheres citam o rosa como cor predileta. Homens, não encontrei nenhum que tenha no rosa sua cor predileta. A maioria dos homens chega a se recusar a conhecer essa cor, alegam não saber distinguir entre o cor-de-rosa e o lilás, como se em seu olhar masculino não houvesse como perceber a diferença entre essas duas cores. As mulheres negam que o rosa seja a cor simbólica de uma feminilidade que se definiria como uma contrapartida da masculinidade.

Mas o rosa é mesmo uma cor? Ou apenas um meio-termo entre o vermelho e o branco? Não existe nenhuma outra pesquisa sobre cores em que o rosa figure. Será que a rejeição ao cor-de-rosa se encontra na própria cor? Ou é dominante a ideia de que o rosa é feminino, e por isso secundário, sem importância?

Entretanto, branco e vermelho são contrários – o que for percebido como vermelho não poderá ser branco. Em nossa pesquisa, não existe nenhum “conceito de vermelho” em que o branco tenha sido citado com frequência; nem nenhum “conceito branco” em que a cor vermelha tenha se destacado. O vermelho e o branco são também, além disso, contrários psicológicos. O rosa não é somente um meio-termo entre o vermelho e o branco. O rosa tem seu caráter próprio.

Existem sentimentos e conceitos que só se podem descrever pelo rosa. E todos os sentimentos que pertencem ao rosa são positivos – o cor-de-rosa é, na verdade, a única cor a respeito da qual ninguém pode dizer nada de negativo.

2. A cor do charme e da gentileza

O charme: rosa 18% · vermelho 14% · verde 13% · prata 9% · azul 9%

A cortesia: rosa 15% · prata 14% · branco 14% · cinza 13% · verde 12%

A sensibilidade / a sentimentalidade: rosa 33% · violeta 14% · branco 13% · amarelo 10%

"Rosa" é o nome latino para "Rose". Um nome típico de menina – de modo geral não existem nomes masculinos que venham de flores. O nome Rosa está contido em Rosaly, Rosana, Rosita, Rosinha.

As características gerais que são atribuídas ao rosa são tipicamente femininas. A cor rosa simboliza a força dos fracos, como o charme e a amabilidade. Na tragédia de Shakespeare *Romeo and Juliet* temos a fala: "Sou o próprio rosa da cortesia". (*I'm the very pink of courtesy.*)[13] Não importa o século, o rosa é a cor da cortesia, da amabilidade.

E rosa é a sensibilidade, a sentimentalidade. O rosa, mistura de uma cor quente com uma cor fria, simboliza as virtudes do meio-termo.

3. A cor do carinho erótico e da nudez

A ternura: rosa 43% · vermelho 16% · branco 14% · violeta 11% · azul 11%

A vaidade: violeta 24% · **rosa 20%** · ouro 18% · amarelo 12% · laranja 7%

O erotismo: vermelho 55% · preto 15% · **rosa 12%** · violeta 10%

A sedução / a tentação: vermelho 35% · violeta 14% · **rosa 12%** · preto 10% · ouro 8%

A forma de ação do cor-de-rosa não é das mais elementares. O rosa é suave, é a cor do carinho. Naturalmente, ao pensarmos no rosa, pensamos também na pele. Isso faz com que o rosa seja erótico. O rosa é a cor da nudez. As pessoas de pele clara descrevem-se a si mesmas, totalmente dentro do sistema de valores de nossa simbologia cromática, como “brancas”. Na realidade nós somos cor-de-rosa – George Bernard Shaw observou com ironia: “Os chineses nos chamam de cor-de-rosa. Com isso ainda nos lisonjeiam.”

Os negros americanos descrevem os brancos, de forma depreciativa, como “diabos azuis” – “*blue devils*”.

O ambiente onde a pele desnuda fica mais bonita é o rosa. Os que sonham com um quarto de dormir erótico... para isso não existe nenhuma cor que se adeque melhor que o rosa. E que cores combinam bem com esse quarto? O sensível cor-de-rosa, em sua ação, combina muito bem com as outras cores. Perto do branco, o cor-de-rosa sugere perfeita inocência. Mas, perto do violeta e do preto, como no acorde da sedução e do erotismo, o rosa oscila entre a imoralidade e a paixão, entre o bem e o mal → Fig. 83.

4. O rosa infantil: gentil, suave, pequeno

A infância: rosa 46% · branco 13% · vermelho 12% · amarelo 9%
A suavidade *a maciez* o terno: rosa 45% · branco 16% · amarelo 10%
O pequeno: rosa 24% · amarelo 19% · branco 12% · prata 11%

O acorde cromático mais suave, mais terno de todos é o composto por rosa-branco-amarelo. A cor psicológica oposta ao rosa é o preto.

Entre os jovens de ambos os sexos, o rosa é desprezado como “infantil”, a cor predileta da maioria deles é o preto. Em compensação, as mulheres mais velhas apreciam o rosa como cor da juventude. Quanto mais idosa a pessoa for, mais tendência terá para apreciar o rosa → Tabela: Oscilação na predileção das cores no decorrer da vida, pag. 128. Será que as mulheres jovens, que hoje citam o preto como cor predileta, se converterão algum dia ao rosa? Ou devemos acreditar que os que citam o preto uma vez como cor predileta permanecerão com ele até o fim?

Vermelho e branco são opostos: a força contra a fraqueza, a atividade contra a passividade, o fogo contra o gelo. O rosa é o meio-termo ideal entre os extremos: um poder brando, uma energia não frenética, a mais agradável temperatura para o corpo. O rosa é como um bebê. O verde é a cor da vida vegetativa, o vermelho é a cor da vida animal e o rosa é a cor da vida em sua juventude.

5. A transformação do rosa masculino em rosa feminino

O feminino: rosa 30% · vermelho 25% · violeta 10% · branco 9%

Todos que desprezam o rosa como “tipicamente feminino” poderão ficar surpresos ao saber que, pela tradição antiga, o cor-de-rosa é uma cor masculina. O jornal financeiro mais famoso do mundo, o *Finantial Times*, é desde 1888 impresso em papel cor-de-rosa. Também a *Gazetta dello Sport*, como jornal esportivo quase que exclusivamente lido por homens, é impresso em papel cor-de-rosa → Fig. 85.

“Rosa para meninas, azul-claro para meninos” – essa convenção é tão conhecida que muitos acreditam ter sido sempre assim. Mas essa moda só começou por volta de 1920. E essa cores de bebê contradizem nossa simbologia cromática: pois o veremelho é masculino – e o rosa é o vermelho em pequena escala, o “vermelho pequenino”, a cor dos garotinhos. Desse modo, Jesus veste frequentemente, em quadros antigos, quando é pintado como criança, um traje cor-de-rosa. Em pinturas do século XIII, assim como em pinturas do século XIX – em nenhuma dessas obras se vê Jesus vestindo azul-claro → Fig. 81.

Nas pinturas barrocas, frequentemente se veem criancinhas em vestidos cor-de-rosa de babados que vão até os pés. Quando essas crianças aparecem com um capacete de guerra na cabeça e uma espada na cintura, parecem-nos exemplares inesperados de meninas recebendo uma educação masculina. Porém, essas criaturas vestidas de cor-de-rosa não são meninas, e sim príncipes, caracterizados pela cor rosa – o vermelho pequenino – como futuros governantes.

O pintor de corte Franz Xaver Winterhaler retratou, em 1846, a rainha Vitória com suas crianças, uma das quais era ainda um bebê, trajando um vestido comprido branco com uma echarpe azul-clara, sua touca guarnecida de uma fita azul-clara – esse bebê era uma menina, a princesa Helena → Fig. 84.

Em outras pinturas de Winterhaler, está representado o filho da rainha Vitória, Artur: seu vestido e sua touquinha estão enfeitados com fitas cor-de-rosa. Ainda no tempo da rainha Vitória, não havia o menor perigo de que algum observador pudesse chegar à ideia de que um bebê pudesse ser uma menina por estar vestido de cor-de-rosa.

Até 1900, as vestimentas para meninos e meninas eram brancas. Caso fossem adornadas com fitas, a maioria delas era vermelha, pois pela superstição elas protegeriam a criança de eventuais maus-olhados. Tanto meninos quanto meninas vestiam, até a idade de mais ou menos cinco anos, os mesmo vestidos brancos, que cobriam todo o corpo. Macacões, que hoje constituem a vestimenta típica dos bebês, começaram a existir só a partir de 1920. Os sapatinhos de neném, assim como os de criança, só eram vendidos nas cores branca, marrom e vermelha.

A moda de vestir as crianças com roupas coloridas só se tornou popular a partir de 1920, quando se tornou possível a fabricação de cores resistentes à fervura. E foi só com a moda colorida para os bebês que o rosa se tornou uma cor feminina. Para essa transformação existem duas causas: quando todos os vermelhos desapareceram dos uniformes militares, após a Primeira Guerra Mundial, o vermelho desapareceu também da moda masculina civil – e com isso também passou a parecer ilógico usar o cor-de-rosa para meninos.

Nessa época se produziu uma verdadeira revolução na moda: a chamada “moda reformista” liberou as mulheres dos corpetes e criou uma moda específica para as crianças. Antes, os meninos vestiam cópias em miniatura dos trajes dos adultos. Agora, tanto meninos quanto meninas passariam a vestir as roupas confortáveis e os vestidos de marinheiro – tingidos com o índigo artificial, a nova tinta, a melhor de todas. Dos trajes de marinheiro se derivou, com uma lógica quase que forçosa, o fato de que o azul-claro, ou o azul em geral, se convertesse em cor dos meninos. Como cor tradicionalmente contrária, o rosa passou a ser então a cor das meninas.

No Museu da Infância de Londres é possível se ver, como exemplo de uma das primeiras vestimentas cor-de-rosa para meninas, uma caixa com seis pares de sapatinhos e meias cor-de-rosa; ela foi presenteada, em 1923, à princesa real Mary, antes do nascimento de sua primeira criança – naturalmente, junto com sapatinhos e meias azuis-claros. A princesa deu à luz somente meninos e doou ao museu a versão rosa do presente, como exemplo das então novas cores para crianças.

Quando o rosa se tornou feminino, se tornou uma cor da discriminação. Na Segunda Guerra Mundial, os homossexuais que não quisessem preencher o ideal de masculinidade dos soldados eram conduzidos a campos de concentração, onde eram obrigados a usar, como sinal de reconhecimento, um triângulo cor-de-rosa costurado à roupa. O “triângulo cor-de-rosa”, ou a cor rosa, são frequentemente citados, nas relações públicas dos homossexuais, como símbolo

de sua antiga opressão – mas o rosa nunca é considerado por eles como uma cor positiva de identificação.

Por volta de 1970, o rosa feminino se impôs internacionalmente. É verdade que, onde a tradição católica era forte, o azul-claro, como a cor da Virgem Maria, permaneceu por mais tempo como cor para meninas. Naquela época, quando os tecidos de *nylon*, de fácil manutenção, se tornaram tão apreciados, a moda das cores de neném alcançou seu ponto alto: todo carrinho de bebê era enfeitado com laços cor-de-rosa ou azuis-claros, todo bebê passou a usar, desde as touquinhas até as meinhas, os tons azul-claro ou cor-de-rosa.

Já em 1980, o gosto pelas cores de neném começou a desaparecer novamente. Por um lado, por razões práticas: os pais não desejavam esperar até o nascimento para saber a cor certa a ser comprada para o enxoval do bebê. E, na moda para os adultos, começaram a se igualar cada vez mais as cores das vestimentas para homens e mulheres; parecia cada vez mais fora de época continuar a fazer a divisão entre o “tipicamente masculino” e o “tipicamente feminino”. Hoje em dia, as cores para bebês definidas pelo sexo da criança já começam a ser consideradas uma coisa ultrapassada.

Os norte-americanos têm uma explicação muito simpática para as cores dos bebês: Quando a cegonha – ou algum outro ser celestial – traz os bebês, as menininhas ela as deixa em botões de rosa, onde elas vão então nascer; já os meninos, eles são depositados em brotos de repolhos azuis.

6. O rosa de Madame Pompadour e o rosa do catolicismo

O Rococó, período que foi de 1720 a 1775, foi a época das cores pastel. A corte francesa foi quem deu o tom à moda. Depois que as cores puras ficaram acessíveis também ao povo, elas se tornaram excessivamente comuns para o gosto da corte. Agora eram as cores mistas que passaram a ser especiais. O estilo de vida da corte passou a se manifestar nas cores claras; elas demonstravam que a aristocracia nada tinha a ver com o trabalho sujo.

Os tons pastel do Rococó não consistiam simplesmente nas cores básicas transformadas pelo acréscimo de branco, eram misturas complicadas, que sempre continham muitas cores – testemunhando a perfeição da arte da tinturaria.

Madame Pompadour (1721-1764), símbolo da dama do Rococó, amante da arte e com gosto altamente sofisticado, trouxe à moda a combinação do rosa com azul-claro, que hoje em dia consideramos o “típico rococó”. Uma mistura particularmente difícil de ser preparada era o “rosa Pompadour”, que a manufatura de porcelana de Sèvres criou para ela: um rosa com nítidos traços de azul, um pouco de preto e um pouco de amarelo.

O amor pelas cores mistas tinha também um fundamento prático: nunca os vestidos haviam sido tão dispendiosos como naquela época, cada vestido, cada vestimenta custava uma fortuna. Em função de as cores pastel serem feitas de tantas misturas, elas também se harmonizavam com muitas cores. Assim, pela utilização de diversificados acessórios de outras cores, era possível fazer com que a impressão de um vestido mudasse completamente, parecendo ser, então, um vestido novo.

O rosa era usado por homens e mulheres, mas era percebido, de acordo com a tradição, como cor masculina. Nas pinturas daquele tempo, geralmente os cavalheiros estão vestidos em costumes de seda cor-de-rosa, e as damas são vistas, com maior frequência, em vestidos azuis-claros.

Testemunhando a favor de o rosa ser considerado uma cor masculina há o fato de que, naquele tempo, o rosa era uma cor litúrgica. Os nobres ricos costumavam doar seus trajes já usados à Igreja; esses trajes eram transformados em roupas litúrgicas e mantas para os altares. Os tecidos cor-de-rosa não tinham

nenhum uso especial na Igreja, já que as cores litúrgicas eram branco, verde, violeta e preto, mas a Igreja soube contornar essa situação: em 1729, o rosa foi declarado como cor litúrgica. Desde então, no terceiro domingo do advento (*Gaudete*, o domingo da alegria) e no terceiro domingo do jejum (*Laetare*, domingo intermediário da quaresma) os membros do clero católico vestem trajes cor-de-rosa.

7. A cor do sentimentalismo e dos milagres

O sentimentalismo / o sonho: rosa 44% · azul 12% · violeta 11%
O romantismo: rosa 32% · vermelho 25% · azul 12% · violeta 7%

A fantasia é um estado em que as pessoas flutuam em nuvens cor-de-rosa e enxergam tudo através de "lentes rosadas". O sétimo céu é rosa. Um mundo cor-de-rosa é bonito demais para ser verdadeiro. Quem vive seguindo o ditado "*think pink*" ("pense cor-de-rosa") se propõe a viver de maneira otimista o cotidiano cinzento. Quando a vida parece um sonho, os franceses dizem: "*C'est la vie en rose*".

Os psicofármacos que clareiam o estado de ânimo durante as depressões são apelidados de "*rose pills*", pílulas cor-de-rosa.

Um poema de Christoph Martin Wieland diz assim:

> "Meu elemento é a alegria, serena e suave
> e tudo aparece para mim sob uma luz rosada."

E Freidrich Matthisson diz, em sua poesia:

> "Flutuar em tons de rosa
> cujas formas perfumadas,
> tecem elísia visão."

Onde os sonhos estão, o rosa também está. Rosa é o tom irrealista, em todas as suas formas e matizes: cor do *kitsch* e da romantização.

Nas pinturas da Idade Média que retratam o lar ou o modo de vida dos santos, algumas vezes estão representadas cidades inteiras e, em meio a elas, em destaque, casinhas cor-de-rosa. Os observadores contemporâneos desses artistas sabiam bem o que o rosa significava ali: era nas casas coloridas de rosa que os milagres aconteciam.

8. A cor dos confeitos

O doce / a delícia: rosa 30% · laranja 18% · amarelo 15% · vermelho 12% · marrom 10%

A brandura: rosa 23% · branco 15% · amarelo 12% · marrom 10% · azul 10%

O artificial / o não natural: violeta 22% · prata 18% · **rosa 17%** · ouro 14% · laranja 10%

O rosa é doce do fio ao pavio, é a cor dos confeitos. Não existe cor que combine melhor com as sobremesas. É a cor do deleite, do regozijo. Doce e suave, esse é o sabor que se espera do rosa. Um produto típico, em embalagem também típica, é o *Mon Chéri*. Nele o rosa se combina ao violeta, o que o torna adulto e erótico, ideal para um bombom que contém álcool → Fig. 82. Quando alguma coisa de cor rosa avermelhada tem sabor ácido e salgado, como o molho de beterrabas que tempera a salada de arenques, dá a muitos a impressão de ser uma rara especialidade.

As crianças acham os bolos com cobertura de glacê cor-de-rosa mais atraentes do que os bolos com cobertura branca. Em relação aos adultos, geralmente acontece o crontrário: eles dão preferência ao açúcar branco, o cor-de-rosa para eles dá a impressão de ser muito doce e também excessivamente pegajoso.

Como aroma, as pessoas associam o cor-de-rosa ao aroma de rosas, que também é doce e delicioso.

O cor-de-rosa possui essa doçura também em sentido figurado: um livro cuja capa seja dessa cor produz, automaticamente, a impressão de ser um romance *kitsch*, açucarado.

Todas as cores mistas, assim como as cores metálicas, carregam em si algo de artificial, de não natural. Quando o rosa se combina a outras cores mistas ou a cores metálicas – por exemplo, violeta e laranja ou dourado e prateado –, o rosa passa uma impressão especialmente artificial.

9. *Pink*: o rosa choque

O barato: rosa 28% · laranja 14% · cinza 13% · marrom 10%

Quando consultados a respeito da cor de que menos gostam, muitos espontaneamente citam o "*pink*", conhecido por aqui como rosa choque. Esse tom de rosa é um rosa forte, poderoso. → Fig. 78, Inverno.

"*Pink*" é o nome que se dá, em inglês, ao cravo (nos Estados Unidos, o cravo se chama "*carnation*", ao pé da letra, "da cor da carne"). Na Inglaterra, "*pink*" é qualquer tom de rosa; na Alemanha, quando se diz "*pink*", se pensa sempre num rosa forte, gritante, com alguma tonalidade de violeta; pelos peritos em cores ele é chamado de "magenta". Para os leigos, a cor magenta pode parecer uma mistura de rosa e violeta, mas o magenta é, na verdade, o vermelho mais puro: não pode ser obtido pela mistura de quaisquer outras cores, pois ele não contém nenhuma outra cor. Por isso o magenta é mundialmente utilizado, nas artes gráficas, como cor básica → Fig. 50. A cor foi batizada com esse nome pelos químicos franceses que, em 1858, conseguiram produzi-la como cor de anilina. Magenta é uma cidade do Norte da Itália onde, pouco tempo antes, os austríacos haviam sido derrotados pelos franceses, com seus "*pantallons rouges*", na batalha de Magenta.

A estilista italiana Elsa Schiaparelli, que introduziu na moda as ideias dos pintores surrealistas, lançou, em 1931, uma nova cor: "*schocking pink*", que era uma mistura do magenta com uma pitadinha de branco. Criou também um perfume, que recebeu o mesmo nome e que se vendia numa caixa da mesma cor, dentro da qual havia um frasco em forma de um busto de mulher. O público ficou chocado, pois nunca havia passado pela cabeça de ninguém que um tom de rosa pudesse ser tão agressivo. O rosa nunca teve qualidades que fossem tradicionalmente femininas.

Por toda parte, o *pink*, o nosso rosa choque – ou cor de maravilha – é considerado a mais vulgar das cores. É a cor da publicidade que não é séria, dos acessórios berrantes, dos artigos de plástico mais baratos. Até cerca de 1980, artigos de plástico eram vendidos principalmente na cor laranja. Quando ninguém mais suportava o laranja, veio o *pink* como cor típica dos plásticos. E, desse modo, o *pink* foi eleito – e com ele, injustamente, o cor-de-rosa – como o protótipo das coisas baratas.

10. O rosa criativo

Quem quer empregar as cores de forma criativa, na maioria das vezes combina as propriedades de uma cor com coisas que tem as mesmas propriedades. Então, com rosas delicados, macios, doces, pequeninos, combinam coisas delicadas, macias, doces e pequeninas. Um coraçãozinho rosa, uma pequenina flor cor-de-rosa, uma garotinha vestida de rosa, uma ovelhinha cor-de-rosa, um coelhinho rosa, um balão cor-de-rosa. Infelizmente, os resultados dessas combinações frequentemente resultam em velhos clichês. O uso criativo das cores constitui um grande problema para os desenhistas que conhecem apenas algumas poucas características cromáticas.

De modo geral: a cor é supérflua na criação artística quando ela estiver lá, apenas e tão somente, para repercutir o tema.

Quando o rosa é empregado contra a expectativa convencional, podem ser criadas marcas e proposições bem interessantes e intrigantes. Combinar, ao contrário do que se espera, uma cor suave com alguma coisa dura, espinhenta: um cacto, um ouriço, um martelo cor-de-rosa. Ao invés de combinar o rosa com coisas pequenas, combiná-lo com coisas grandes: elefantes e dinossauros cor-de-rosa. Em lugar do acolhedor, o ameaçador e feroz: um diabo rosa, um corvo, um tubarão cor-de-rosa. A figura cômica da pantera cor-de-rosa ficou mundialmente famosa → Fig. 79. A marca da caveira em rosa e azul bebê é tão absurdamente provocativa que não será esquecida → Fig. 80.

Quando o rosa aparece só como cor, deve ser empregado de maneira tão forte que apenas o efeito cromático seja dominante. Ou o rosa adquire um novo efeito, pela sua combinação a cores que intuitivamente jamais combinariam com ele. Com suas cores contrárias psicológicas, o rosa adquire um efeito refinado, como quando se combina rosa-cinza-prata ou rosa-preto.

11. O rosa para os artistas: como se pinta pele?

A cor da pele humana é chamada pelos pintores de “encarnado”. O conceito deriva de “encarnação”, ou seja: “corporificação”, o “tornar-se carne” – pois se trata da cor da carne. O cravo, a cor típica dessa flor, é rosa apagado – mas em latim se chama “*carnatio*”, sendo o símbolo cristão da encarnação. Particularmente, o Menino Jesus, como encarnação de Deus, costumava ser pintado com um cravo em sua mão; mas também pessoas reais – os pintores com isso queriam dizer que as pessoas haviam sido retratadas de maneira fiel.

Nenhuma cor é mais difícil de ser preparada do que a cor de pele. Quem tentar fazer uma mistura que reproduza seu próprio tom de pele irá notar o quanto é preciso chegar às mais detalhadas nuances. É possível adquirir-se tons de pele já prontos, mas entre os pintores esse procedimento é condenável. Pois os artistas sabem que é possível a obtenção de uma variedade harmoniosa de tons cromáticos a partir de algumas poucas cores básicas, preparados por eles mesmos. Se, pelo contrário, forem utilizados muitos tons misturados do sortimento de cores, não se obterá um resultado harmonioso, e sim croma, ou seja, saturação de cores – pois os tons mistos já são misturas, feitas a partir de outras cores básicas.

O que muitos pintores tentam transmitir, em primeiro lugar, a seus alunos, acaba ficando por último: não é a abundância de diversos tons cromáticos que faz arte, e sim a limitação a algumas poucas cores, que poderão ser empregadas de múltiplas maneiras → Fig. 101. Pois todo iniciante sonha com muitas latas ou muitos tubos de tinta. O profissional, entretanto, costuma externar do seguinte modo sua crítica: “Quanto menor o pintor, maior sua paleta” – significando que, quanto pior for o pintor, mais cores ele terá em sua paleta.

Não importa o tom da pele, quando se quer pintar uma pele rosada, o vermelho e o branco não bastam, são necessários também o amarelo e o azul. O tom “encarnado” é a soma dessas cores. Entretanto, elas não serão acrescentadas e misturadas juntas, por igual, e sim aplicadas umas sobre as outras, em camadas transparentes. Nesse processo, mediante a aplicação do azul, são feitas as partes sombreadas da pele, e com branco, as partes iluminadas. Os velhos mestres pintaram seus magníficos tons de pele através de transparências, sobre um fundo verde.

Nenhum pintor pode abrir mão do rosa – e, no entanto, os que têm a cor rosa em suas caixas são poucos: eles o obtêm misturando várias cores em suas paletas, ou aplicando essas cores uma a uma, diretamente, em camadas, sobre a tela.

12. Que cor de roupa fica melhor em quem? A cor da pele é fator decisivo

Existem antigas regras segundo as quais a cor da roupa depende da cor do cabelo. As mais conhecidas são as seguintes: as ruivas devem trajar verde; as loiras, tons pastel; as de cabelos escuros, supostamente, ficam bem quando vestem cores fortes. Essas regras datam do século XVIII, quando deixaram de existir as normas sobre as cores permitidas a cada estrato social. Goethe formulou essas regras em sua Teoria das Cores – não foi ele quem as inventou, eram a pura expressão da moda naqueles tempos → Cinza 17.

Era uma época em que cabelos ruivos eram considerados indecorosos para mulheres, pois chamavam muita atenção; por isso, as de cabelo vermelho eram aconselhadas a se vestirem de verde, pois, em contraste a essa cor, seu tom de cabelo pareceria mais um amarelo-castanho. Os cabelos das ruivas nunca são completamente vermelhos, têm tons de amarelo, que fica reforçado pelo verde – que está contido no amarelo também.

E por que aconselhavam os tons pastel para as loiras? Naquela época, em que não se podia simplesmente tingir o cabelo, o cabelo loiro era sinal de juventude – e a moda para a juventude era, então, os tons pastel.

E por que cores fortes para as de cabelo escuro? Naquela época, a convenção dizia que as moças decentes não deveriam usar pintura, e as esposas honradas, supunha-se que não o fizessem. Por isso, geralmente as mulheres de pele e cabelos claros não gostavam das cores intensas, que, além do mais, as tornavam invisíveis. Somente as mulheres de cabelos escuros, cuja pele costuma ser também escura, pareciam ficar bem em cores fortes.

Os tempos mudaram. Hoje em dia, toda mulher pode escolher a seu gosto a cor de cabelo que vai usar, assim como o batom e todo tipo de maquiagem não se dispensam.

Existe uma teoria mais moderna, desenvolvida por Carole Jackson, conhecida como “tipologia sazonal”. Segundo a teoria de Jackson, o tom da pele é fundamental para localizar as cores que melhor assentam nas pessoas.

Nos brancos, sabe-se que a pele não é propriamente branca, nem rosa: é uma mistura de branco, vermelho, amarelo e azul, ou seja, é de todas essas cores. O importante é a cor que predomina no tom da pele. Algumas peles parecem

amarelas, outras rosadas, outras ainda azuladas e algumas são brancas misturadas com um certo tom alaranjado. Não importa se está bronzeado ou pálido: o tom da pele continua igual.

Jackson classificou esses tipos de pele como os tipos primavera, verão, outono e inverno. Mas, aqui, as estações não dizem nada sobre as cores apropriadas a cada tipo, pois para cada um deles valem todas as cores, apenas com matizes diferentes para cada um. Fundamentalmente, a cada tipo correspondem apenas tons cromáticos quentes ou tons cromáticos frios → Figuras 78 e 96.

É importante compreender que existem também tons de vermelho que são frios – são tons de vermelho azulados. Da mesma forma, existem tons de azul que são quentes – são tons de azul avermelhados. Todos os tons de cores podem ser usados puros ou podem ser enfraquecidos pelo acréscimo da cor branca – os tipos cromáticos se diferenciam nisso também.

Tipos de pele e as nuances de cor ideais, segundo Jackson: • Tipo verão: tons frios. A descrição “tipo verão” confunde, pois muitos acreditam que a ele correspondem os tons quentes, as cores fortes; porém, a esses tipos correspondem exclusivamente cores resfriadas com azul e com branco. O tom da pele do “tipo verão” é bege, não muito rosado, antes algo azulado. As cores que se harmonizam melhor com esse tom são as apagadas, que sempre contêm algum branco e uma pitada de azul. Pode ser um azul acinzentado, um azul pastel, qualquer tom de verde azulado clareado com branco, o rosa mate, o vermelho vinho, o azul-escuro quase preto ou o branco de lã azulado. Essas cores amortizadas não competem com o tom bege azulado da pele, antes fazem com que ele se destaque. O batom e o *blush* devem ser de tom rosa apagado, com uma pitada de azul.

• Tipo inverno: tons frios. A pele, levemente azulada e levemente amarelada, mas não rosada, tem um tom frio. As cores que melhor se harmonizam com esse tom são as cores claras, principalmente as cores frias. O branco puro, o preto puro, o azul real luminoso, o rosa *pink* e o vermelho luminoso. É importante que as cores não sejam amareladas, pois tons amarelados destacariam o amarelo da pele, dando um aspecto doentio e envelhecido. Batom e *blush*, em cores rosadas, *pink* ou vermelho claro.

• Tipo primavera: tons quentes. Pele rosada-amarelada. Como a pele é rosada, a parte amarelada pode ser acentuada, o que faz com que todas as cores que vão melhor com o tipo primavera contenham amarelo, mas também branco, para não se impor ao tom da pele com cores

demasiadamente intensas. Exemplos dessas cores são o branco da casca do ovo levemente amarelado, o bege amarelado, a cor de mel, o verde amarelado, o rosa-salmão e o vermelho coral. O batom e o *blush* devem tender para o rosa-salmão.

• Tipo outono: tons quentes. Pele alaranjada-amarelada. Vão bem com essa pele todos os tons castanho-alaranjados, o vermelho tomate com toque de amarelo e os verdes intensos com visíveis toques de amarelo, como o verde-musgo e o verde-oliva. O batom e o *blush* devem ser nos tons que vão do laranja ao laranja acastanhado.

Infelizmente, os que são leigos em cores dificilmente poderão seguir essas regras. Para começar, porque determinar o tom da pele é muito difícil. Um tom de pele só poderá ser corretamente reconhecido sob a clara luz do dia.

Ao se ensinar aos leigos os matizes próprios a cada tipo, sua capacidade para os distinguir quase sempre é limitada, pois não se trata de diferenciar entre um azul-claro e um azul-escuro, e sim entre variações de diferentes tipos de azul-claro, é preciso distinguir a que cores esse azul-claro está misturado – nem todo azul-claro contém branco, ele pode conter também vestígios de amarelo ou de rosa. Trata-se desses tons muito misturados de cores, que precisam corresponder ao tom da pele.

Quanto aos tons de branco, as classificações podem ser reconhecidas de maneira relativamente fácil: • Tipo primavera: branco casca de ovo amarelado; • Tipo verão: branco de lã azulado; • Tipo outono: branco cremoso acastanhado; • Tipo inverno: branco de neve puro.

As dificuldades em se determinar o tom da pele e a dificuldade em escolher as cores que combinam com ela fazem com que conselheiros de cores e assessores de moda malformados continuem adotando como ponto de referência a cor do cabelo. Seu lema “verde para as ruivas, vermelho para as morenas, bege para as loiras e azul para todas” é, quase sempre, falso. Pois, na verdade, a maioria dos tons verdes não ficam bem em ruivas, pois também em relação ao verde existem as tonalidades quentes e as frias; e as loiras podem pertencer também, de acordo com seu tom de pele, a algum outro tipo e ficar melhor com esse ou com aquele tom de cor, quente ou frio. E para todas o azul está liberado, desde que não seja qualquer tom de azul.

Aqueles, entretanto, que descobriram as cores que correspondem a seu tipo principal se surpreendem ao ver o quanto ficam melhor, quando se vestem nas cores indicadas a seu tipo. E quem compõe para si um guarda-roupa em consonância com seu tipo de pele constata que, subitamente, tudo combina com

tudo; então, tanto faz a cor, pois todas conterão as mesmas misturas como subtons – assim como o tom em que uma música foi composta – e tudo se combina, numa ordem que transmite uma impressão de total harmonia.

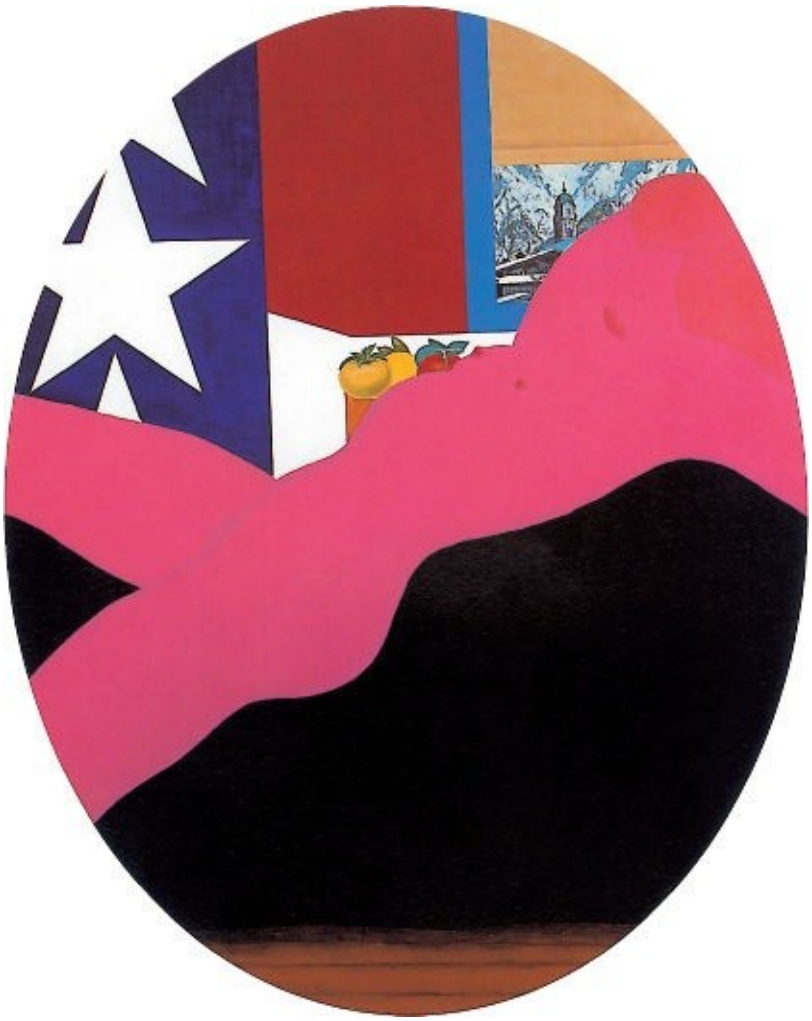
78 Consultores de moda aconselham que se escolham as cores das roupas com base na cor da pele; com tons de rosa, por exemplo: o quente rosa pêssego para o tipo primaveril, o quente rosa salmão para o tipo outono, o frio rosa violáceo pastel para o tipo verão, e o frio rosa choque para o tipo inverno. Os tons quentes são amarelados; os tons frios, azulados.

79 A cor atípica fez a Pantera Cor-de-Rosa ganhar fama.

80 Exemplo de cores: símbolo do veneno em cores de bebê – advertência para os bombons?

81 Originalmente o rosa era uma cor masculina, razão pela qual o Menino Jesus frequentemente aparece trajando rosa – nunca azul-claro.

82 Atribuição ideal de cor: um rosa forte, atraente, e o erótico violeta para bombons com álcool.



83 Acompanhado de violeta e preto, o rosa tem um efeito erótico.

84 A filhinha da rainha Vitória. O bebê é a princesa Helena. Até 1900 o azul-claro era, como a cor da Virgem Maria, a cor para meninas.

WORLD BUSINESS NEWSPAPER
FINANCIAL TIMES
La Gazzetta dello Sport
Vinta la 20ª regata con un capolavoro
Magico guizzo di Luna Rossa
Gran combattente, corretto e onesto La Stella Rossa non l'ha dimenticato

85 Jornais típicos masculinos, como o *Financial Times* e a *Gazzetta dello Sport,* ainda são impressos na antiga tradição do papel cor-de-rosa.

OURO

Dinheiro, sorte, luxo. Muito mais do que uma cor.

Quantos tons de dourado você conhece? 19 tons de dourado 1. Ouro – muito mais que uma cor

2. O caminho para o ouro
3. Ouro amarelo, ouro vermelho, ouro branco e ouro verde
4. Símbolo da felicidade, da sorte, da bem-aventurança
5. Como os alquimistas produziam ouro
6. O brilho da fama
7. Verdadeiro como ouro
8. A cor do Sol e do signo de Leão
9. A cor da beleza. Os trajes dourados
10. A cor do luxo
11. O bezerro de ouro e o ganso de ouro. A cor do deslumbramento
12. O ouro dos pintores
13. O ouro heráldico
14. A cor decorativa
15. O dourado na publicidade: a cor da ostentação
16. As regras de ouro

Quantos tons de dourado você conhece? 19 tons de dourado

Existem apenas alguns poucos tons de ouro, e só mesmo os ourives e restauradores são capazes de distingui-los à primeira vista. E o tom do ouro nada informa a respeito do teor de ouro de uma liga.

Nomes do ouro na linguagem coloquial e o ouro dos artistas: Amarelo topázio Amarelo-ouro Bronze Castanho ouro Cores do bronze Dourado do trigo Florim florentino Loira platinada Louro ouro Ouro acobreado Ouro amarelo Ouro antigo Ouro branco Ouro clássico Ouro imperial Ouro pálido Ouro puro Ouro velho Ouro vermelho

1. Ouro – Muito mais que uma cor

Apenas 1% das mulheres citou o ouro como sua cor predileta; nenhum homem citou ouro como cor predileta. Para 2% das mulheres e 3% dos homens, o dourado é a cor de que menos gostam. E, no entanto, a cor ouro é a mais frequentemente citada como cor da beleza!

Não se trata aqui de nenhuma contradição, pois a cor favorita de alguém é considerada sob vários aspectos, sendo a beleza em si apenas um deles – e, evidentemente, um dos menos importantes. Além disso, nem tudo quanto é associado ao ouro é positivo – o ouro é materialista demais para que assim o fosse, e também pretensioso em excesso.

Como cor, o ouro se transforma em amarelo. Mas, em termos simbólicos, o ouro não se compara a nenhuma outra cor. Quem pensa em ouro pensa, primeiramente, no metal nobre. Ouro é dinheiro, é sorte, é luxo – isso determina a simbologia do ouro.

2. O caminho para o ouro

O ouro é raro – no entanto, existe no mundo inteiro.

No século XVI, depois que os conquistadores espanhóis descobriram o ouro dos incas, começou a se espalhar a notícia de que, em algum lugar da América do Sul, existia uma tribo de índios, cujo chefe se banhava em pó de ouro. Seu nome: “El Dorado” – “o dourado”. Os espanhóis procuraram febrilmente pelo “El Dorado” e pela terra lendária onde o ouro existiria em abundância. Até hoje não conseguiram descobri-la.

Os egípcios já construíam minas de ouro há mais de sete mil anos. Em sua língua, o ouro se chama “*Nub*”, e “*Nubia*” é como se chamou a terra dos egípcios que produzia ouro.

Durante a Idade Média, o país da Europa mais rico em ouro era a Boêmia. Posteriormente, foram descobertas grandes jazidas de ouro nas imediações de Gastein e Salzburgo, em seguida nas montanhas da Silésia, Turíngia e Renânia. E o ouro era lavado das areias em todos os rios. O rio mais rico em ouro era o Reno. O lendário “ouro do Reno” não é, portanto, mera invenção. Ainda em 1900, quando a busca por ouro às margens do rio Reno havia se tornado não rentável, um americano romântico conseguiu ainda extrair das areias desse rio o ouro para suas alianças de casamento.

Três caminhos levavam ao ouro:

1. O das minas: ali eram encontradas as maiores pepitas – as chamadas “*nuggets*”. Existiam pepitas redondas e macias, algumas eram cheias de buracos como uma esponja; algumas tinham a aparência de galhos de árvores ou de agulhas; havia ouro também sob a forma de escamas muito finas. Em cada tonelada de terra, obtinha-se de um a 25 gramas de ouro.

2. O ouro dos rios: é o ouro do aluvião ou das montanhas, que é arrastado pelos rios juntamente com areia e cascalho. O ouro de aluvião é granulado como areia ou pó.

3. Produção industrial: atualmente, a maior parte do ouro – por volta de 80% – é obtido por processos químicos. Diminutas partículas de ouro são obtidas a partir da dissolução de minérios. O minério é recolhido das minas e dissolvido em lixívia de cianeto com muita água, até virar uma

lama. Essa emulsão dissolve também o ouro, que depois é reobtido quimicamente. São necessários de 100 a 150 quilos de rocha para a obtenção de um grama de ouro. As refinarias de ouro estão cercadas de enormes montanhas de lama. Esse processo foi implantado a partir de 1850, simplificando muito a produção de ouro.

O ouro obtido em minas e nos rios é um ouro de alta qualidade, puro, “ouro de lei” – assim é chamado o ouro que vem diretamente da natureza. Ele contém sempre prata e outros metais como cobre, platina, mercúrio, ferro, paládio e níquel. O ouro de lei é fundido várias vezes para que sejam separados, com ácido, os metais não preciosos que ele contém. O ouro refinado, purificado de outros elementos, era antigamente chamado de “ouro refinado”.

Embora as jazidas de ouro estejam esgotadas, a produção aurífica não está em declínio. Novas técnicas tornam possível a extração de locais que eram antes inacessíveis ou cuja produção não era rentável. Embora o ouro não seja mais acumulado como substituto do dinheiro, a demanda cresceu enormemente nas últimas décadas, pois a cada dia se usam mais joias, até mesmo em países pobres, onde as joias de ouro costumavam ser acessíveis apenas para os abastados. Barateando-se a produção o preço do ouro caiu, e com isso a demanda continuou crescendo. Nos dias de hoje, a produção aurífica é regida exclusivamente pela demanda.

A produção em escala mundial de ouro em diversas épocas:

Por volta de	1500	6 toneladas
Por volta de	1600	7 toneladas
Por volta de	1700	11 toneladas
	1800	18 toneladas
	1850	55 toneladas
	1855	200 toneladas
	1900	390 toneladas
	1930	600 toneladas
	1965	1.450 toneladas
	1987	3.000 toneladas
	2000	4.000 toneladas

As maiores reservas de ouro, calculadas em 70 milhões de toneladas, estão em águas marinhas. Porém ainda não foi descoberta uma maneira rentável de se extrair ouro da água do mar.

3. Ouro amarelo, ouro vermelho, ouro branco e ouro verde

Como o conteúdo de ouro é expresso por milésimo, o ouro puro teria que ser marcado com o número 1000. Porém nem mesmo o ouro refinado é completamente puro, nem o mais puro ouro, o ouro em barras, que vem com a marca 999 ou 999,9.

O ouro puro não é usado na confecção de joias, pois é quase tão mole como o chumbo, ele iria apresentar deformações e riscos. Pelo acréscimo de prata e cobre ele fica mais duro, porém igualmente maleável.

Em muitos países, o conteúdo de ouro é fornecido em quilates. A correspondência é a seguinte:

Marcação 333 = 8 quilates

Marcação 585 = 14 quilates

Marcação 750 = 18 quilates

Marcação 999 = 24 quilates

Existem ligas em qualquer número de quilates. Na fabricação de joias, a liga de maior conteúdo de ouro é a de 22 quilates, correspondente a 835 partes de ouro por mil; o conteúdo mínimo é o de 6 quilates, equivalente a 220 partes por mil.

Os que compram joias no exterior: nos Estados Unidos elas são feitas, normalmente, em 10, 14 e 18 quilates. Em Luxemburgo e na Suíça, Bélgica, Holanda, Noruega e Dinamarca, as joias devem conter um mínimo de 14 quilates. Na França e na Suécia, esse mínimo é de 18 quilates. Na Índia, são comuns as jóias de 22 quilates.

O conteúdo de ouro é testado assim: o examinador esfrega levemente o ouro da amostra que se quer analisar numa lâmina de teste, que pode ser uma pedra de ardósia preta, o que produz um risco dourado. Ao lado ele faz um risco com uma agulha de teste, cujo índice de ouro é conhecido. Ambos os riscos são umedecidos com ácido clorídrico e ácido nítrico – se o primeiro que desaparecer for o da agulha de teste, seu teor de ouro é menor do que o da amostra que está sendo testada. O teste vai sendo repetido com outras agulhas de teste, com teores maiores de ouro e com diversas misturas de ácidos, até que ambos os riscos desapareçam simultâneamente. Quanto mais alto o teor de ouro, mais

concentrado deverá ser o ácido, para que consiga dissolvê-lo.

A nuance de cor do ouro será determinada pelos metais que serão misturados a ele. O ouro amarelo, considerado o “ouro normal”, é misturado numa liga de prata e cobre.

O ouro vermelho é ligado ao cobre. As joias antigas são, em sua maioria, de ouro vermelho, que antigamente era considerado o mais bonito. Uma joia de ouro que tenha sido feita anteriormente a 1920 terá um brilho muito mais avermelhado do que as joias de hoje. Quanto ao preço, o fator decisivo é sempre o teor de ouro da peça, o preço dos outros metais que fazem parte na liga não faz diferença.

O ouro branco é constituído por uma liga muito dura de paládio e níquel.

O ouro verde é produzido em liga de prata e cádmio.

É possível até se produzir ouro azulado, fundindo-o numa liga de aço.

O tom do ouro é indiferente: o que vale é o ouro. Rubis, esmeraldas, safiras, brilhantes e pérolas verdadeiras só são engastadas em ouro ou platina.

Objetos de valor sentimental – seja um talismã, uma madeixa da pessoa amada, a fotografia de uma criança – costumam ser guardados em medalhões de ouro → Fig. 91. Também em sentido figurado a pessoa amada fica “envolvida em ouro”. O pintor Gustav Klimt empregou com frequência o dourado nesse sentido → Fig. 94. Tudo quanto estiver cercado por ouro é nobre.

4. Símbolo da felicidade, da sorte, da bem-aventurança

A felicidade: ouro 22% · vermelho 15% · verde 15% · amarelo 13%

Dourado com vermelho e verde é o acorde da felicidade. Pois dinheiro, amor e saúde – isso é a bem-aventurança. Aliás, é costume se dizer: “o dinheiro sozinho não traz a felicidade”, e no entanto o ouro domina esse território, o da felicidade. No jogos de azar a questão gira em torno do dinheiro, e a fada moderna traz o prêmio da loteria. “Fortuna” é a antiga deusa da felicidade, e em inglês, assim como em alemão e também em outras línguas, “fortune” significa – o que faz muito sentido – tanto “sorte” quanto “riqueza”.

Dinheiro e ouro caminham sempre de mãos dadas. O antigo termo para “dourado” é “*gülden*”, que originou o nome *Gulden* para a antiga moeda alemã, o florim. Em alemão, é muito evidente a conexão entre dinheiro (*Geld*) e ouro (*Gold*). Muitos países tinham como moeda a “coroa”; uma coroa real é sempre de ouro. Antigamente o ouro não era moldado em lingotes, e sim em barras, por isso é costume se dizer na Alemanha: “Isso custa uma barra de dinheiro!”

Na Antiguidade, no reino da Lídia, na Ásia Menor Ocidental, foi encontrada grande quantidade de ouro. O rei Creso (595-546 a.C.) foi o primeiro a mandar cunhar moedas de ouro. “Rico como um Creso”, costuma-se dizer na Alemanha até os dias de hoje.

O mais antigo tesouro das antigas lendas é o “velocino de ouro”. Trata-se do pelo dourado de um carneiro que os argonautas gregos roubaram de Cólquida. O verdadeiro fundo dessa história é o seguinte: o país de Cólquida, situado às margens do mar Negro, era famoso pelo ouro que continham as areias de seus rios. Seus habitantes costumavam submergir peles de carneiro nesses rios, para dali retirar a areia, que era lavada várias vezes, até que finalmente os grãos de ouro mais grossos ficassem retidos na lã. Em seguida essa lã era queimada, e o ouro que restava era separado com água.

Tudo aquilo que serve para fazer dinheiro ganha também um reflexo de ouro: um cantor famoso tem “ouro na voz”, um bom futebolista tem “pés de ouro”. Os que têm “mãos de ouro” podem ganhar muito dinheiro esculpindo um “nariz de ouro”. Alguém que “garimpa ouro” é o que dirige uma empresa lucrativa, mas essa expressão, aplicada às mulheres, significa aquelas que se interessam por

homens ricos.

É curioso como em todas as culturas se estabelece uma relação entre o madrugador e a riqueza: “*Morgenstund hat Gold in Mund”* (“as primeiras horas da manhã são ouro puro”); “Na aurora as musas sorriem”, diziam os romanos. “Aurora” é a deusa do amanhecer, e seu nome vem de “*aurum*”, que é “ouro” em latim – e também o elemento químico.

Assim, o petróleo é o “ouro negro”. Em outros tempos, a porcelana e o marfim eram o “ouro branco” – e hoje em dia até a publicidade do turismo das estações de esportes de inverno chamam a neve de “ouro branco”. E, na Alemanha, a publicidade chama o café de “*braunes Gold”*, “ouro marrom”. Tudo o que pode ser vendido caro ganha o brilho do ouro.

Na Alemanha, existia antigamente o “domingo dourado”, que não era uma festa religiosa: é que o comércio funcionava aos domingos anteriores ao Natal, e o “domingo dourado” era o que precedia essa festa, pois nesse dia se vendia muito. No futebol, o “gol de ouro” é o gol da vitória – e com ela vem junto a fama e o dinheiro –, quando, após um jogo que termina empatado, uma das equipes consegue marcar na prorrogação.

5. Como os alquimistas produziam ouro

O ouro provém das pedras – disso os alquimistas estavam convencidos. Pois onde há ouro, há pedras. Nas rochas das montanhas crescem pepitas de ouro, e nos aluviões encontram-se grãos de ouro. Também prata, cobre e mercúrio vêm das pedras. Consequentemente, deveria existir uma pedra que transformaria tudo em metais. Os alquimistas deram o nome de “transmutação” ao processo misterioso da transformação de materiais comuns em ouro. A pedra capaz de transformar tudo em ouro foi chamada de “pedra filosofal”.

Não eram apenas os malucos e os especuladores a acreditarem na pedra filosofal. Os homens mais sagazes de todas as nações buscaram por ela. E somente pessoas estudadas e membros do clero poderiam ter tido a ideia de chamar essa pedra, que deveria trazer riqueza, de “pedra filosofal”. As pessoas concebiam a transmutação da seguinte maneira: em contato com a pedra filosofal, substâncias comuns – infelizmente desconhecidas! – poderiam ser derretidas e transformadas em ouro quando resfriadas.

Mesmo sem poder contar com a pedra filosofal, houve gente que tentou fazer ouro. A questão era: de que consiste o ouro? Pois se o ouro em estado de fusão misteriosamente se torna verde, muitas substâncias eram consideradas capazes de produzir ouro. Seguindo o princípio do “semelhante com o semelhante”, os alquimistas tentaram principalmente com substâncias da cor amarela. Em 1450, Bernhard von Trier tentou uma receita com três ingredientes amarelos: 20 mil gemas de ovos, a mesma quantidade em peso de azeite e a mesma quantidade em peso de ácido sulfúrico. Por duas longas semanas, ele conservou essa massa cozinhando em fogo baixo. Em seguida, jogou a decepcionante mistura para dar de alimento a seus porcos – que morreram envenenados.

A busca pelo ouro artificial teve início há mais de 5 mil anos e coduziu somente a duas descobertas: em 1669, o alquimista Brand descobriu o elemento fósforo, obtido da substância de base amarela: urina. Em 1710, Böttger teve êxito em fabricar “ouro branco”: ele havia descoberto o segredo da produção da porcelana.

Naturalmente também foram atribuídos ao ouro poderes de cura: os ricos consumiam ouro em pó contra as “moléstias amarelas”, como a icterícia. Os alquimistas produziram “vinho dourado”, supostamente capaz de curar a lepra e

a sífilis.

Existe apenas um efeito medicinal comprovado do ouro: para o reumatismo, são eficazes certos medicamentos que contêm sal de ouro, porém esse sal tem o aspecto de sal comum, não de ouro. Ainda que se reconheça o efeito desse sal, ainda são desconhecidos os motivos desse efeito. Nas farmácias também é vendido um remédio, de efeito também comprovado, contra os piolhos da cabeça, chamado “espírito de ouro” – mas esse não contém ouro.

Porém, a transmutação com que os alquimistam sonhavam acabou se tornando possível: nos reatores nucleares é possível a tranformação de mercúrio em ouro, alterando-se seu núcleo atômico. Esse processo, contudo, sai infinitamente mais caro do que o ouro natural.

6. O brilho da fama

O orgulho: ouro 24% · azul 14% · vermelho 12% · prata 11% · branco 10%
O mérito: azul 20% · **ouro 18%** · vermelho 16% · prata 8%

Ouro é a cor da fama. O vencedor recebe a medalha de ouro. A mais alta condecoração alemã por méritos sociais é a Cruz Federal ao Mérito Civil, e é uma cruz de ouro → Fig. 88. Cada cidade, cada instituição tem um "livro de ouro", em que alguns proeminentes visitantes se inscrevem.

A fama brilha feito ouro. Filmes com astros famosos são filmes de "muitos quilates". Os prêmios cinematográficos que existem na Alemanha são o "Urso de Ouro" e o "Bambi de Ouro"; na França, temos a "Palma de Ouro"; na China, o "Galo de Ouro". E, naturalmente, o prêmio Oscar, de Hollywood, também é de ouro. E até a premiação contrária, concedida ao pior filme e aos piores atores, também é de ouro: a "Framboesa de Ouro". Ao diretor cujo filme houver propiciado o maior consumo de pipoca entre os espectadores, os norte-americanos premiam com a "Espiga de Milho Dourada".

Em todos os setores existem premiações douradas. Na indústria da moda francesa, a cada ano é concedido a algum modista o "Dedal de Ouro". Todas essas premiações em ouro são de pouco valor material, pois são apenas banhadas em ouro. Somente a "Rosa de Ouro", concedida pelo Papa à mulher que maiores serviços tenha prestado à Igreja, é de ouro maciço, com brilhantes, e perfumada com incenso.

No acorde do orgulho e do mérito, o azul simboliza a constância, sempre necessária para a obtenção da verdadeira fama.

7. Verdadeiro como ouro

Verdadeiro como ouro – traduzido na linguagem sem poesia da química, isso significa “inerte como ouro”. Pois o ouro, não estando fundido, não se combina a outros elementos.

O ouro é resistente a ácidos e álcalis, não oxida nem enferruja. Há apenas um meio para se dissolver o ouro: uma mistura de ácido clorídrico e ácido nítrico, ambos concentrados. Essa mistura de ácidos, que é mais forte do que o ouro, é chamada de “*aqua regia*” (água real). A partir da lixiviação, o ouro pode ser mais uma vez recuperado.

As alianças de casamento são de ouro não apenas pelo valor desse metal; é também porque o ouro, depois de ficar durante anos no dedo, continua a brilhar como no primeiro dia. O poder também deve durar eternamente, por isso, todos os símbolos de poder são dourados: o globo imperial continua, após oitocentos anos, como novo → Fig. 89.

O ouro é o mais reciclado de todos os materiais. O ouro não é nunca jogado fora, ele pode ser sempre retrabalhado. O ouro não se desvaloriza nunca.

O ouro é também, em sentido figurado, a cor da durabilidade. É a cor dos grandes jubileus. As bodas de ouro de um casamento, por exemplo, acontecem quando esse completa 50 anos.

O ouro pertence às virtudes que se consolidam com o passar dos anos: lealdade e amizade, honestidade e confiança. Mas o ouro nunca é a cor dominante dessas qualidades, pois está vinculado de maneira por demais inequívoca às recompensas materiais.

8. A cor do Sol e do signo de Leão

O ouro pertence ao Sol. Segundo uma antiga concepção, cresce de seus raios. O ouro é também fogo celestial que cai sobre a Terra.

Para os incas, o ouro era o sangue solar. Os astecas consideravam o ouro o excremento do deus do Sol. Em sua língua, ouro é "*teocuitatl*", que significa "dejetos divinos".

Um sol – esse é o símbolo químico mais antigo para o ouro. Como o mais nobre dos metais, o ouro é masculino – sua contraparte é a prata, feminina. Goethe escreveu isso de modo poético: "As mulheres são recipientes de prata em que depositamos maçãs de ouro."

Na simbologia cristã, o ouro não é sagrado, mas é atributo do divino. À luminosidade sagrada chamamos "auréola", que tem seu nome derivado de ouro em latim, "*aurum*".

Em religiões que adoram os astros como poderes divinos, o Sol corporifica a mais alta divindade. Os deuses solares são sempre masculinos. Os tesouros de ouro dos faraós dão mostras de sua origem celestial, pois eles são filhos de Ra, o deus Sol. Depois de suas vidas terrenas, os faraós retornam para o Sol. O sarcófago em que Tutancamón retornou ao Sol é de ouro – de 225 quilos, ouro de 22 quilates.

O ouro concede a tudo que é profano sua mais alta consagração. Foram encontrados em túmulos egípcios invólucros de ouro para escorpiões, pois os escorpiões eram considerados encarnação da deusa Selket → Fig. 92. Na Birmânia existe uma grande pedra, situada à beira de um precipício, totalmente recoberta de ouro; é o maior objeto sagrado do país → Fig. 93.

Na astrologia, o ouro pertence ao signo de Leão, o dos meses de julho e agosto no Hemisfério Norte, quando o Sol está mais alto. Como centro do sistema solar, o Sol é único, e portanto rege, diferentemente do que ocorre com os outros planetas, um único signo. O leão é o rei dos animais e vive em zonas quentes; nenhum outro animal poderia estar tão perfeitamente associado ao Sol. Os astrólogos atribuem a Leão todas as características dos soberanos: pode estar acima de todas as coisas, mas também pode ser tirânico; pode se preocupar paternalmente com sua família, mas espera também ser o centro do mundo. Aos nascidos sob o signo de Leão atribuem-se, naturalmente, qualidades

“tipicamente masculinas”. Como não existe nenhuma pedra preciosa amarela que seja especialmente valiosa, ao signo de Leão foi atribuído o ouro, o mais precioso dos metais.

9. A cor da beleza. Os trajes dourados

A beleza: ouro 24% · branco 23% · vermelho 18% · prata 13%
A pompa: ouro 57% · prata 11% · violeta 8% · vermelho 8%
A solenidade: ouro 32% · prata 17% · branco 13% · preto 13%

Engana-se quem acredita que a cor preferida de uma pessoa tenha que ser também a cor que ele considere a cor da beleza. As pessoas não pensam nem agem de maneira tão unidimensional, ao ponto de tudo na vida ser regido pelo menor número possível de critérios. As preferências concretas relativas às cores são, em sua maioria, independentes da cor predileta. A cor predileta é apenas um critério, enquanto que a funcionalidade ou a adequação de uma cor têm, quase sempre, um papel mais importante. Quem escolhe uma cor para a beleza não pensa obrigatoriamente na cor de um automóvel ou de uma roupa – pensa numa atmosfera em que certas cores dominam claramente. Em todo ambiente de pompa, a cor dourada prevalece.

Os brocados, o *Lurex*, o *lamé* dourado são reservados para as ocasiões festivas. Os brocados são tecidos de seda de alguma cor entremeados por fios de ouro; o *Lurex* é um tecido feito com fio de determinada cor em combinação com um fio metálico; e o *lamé*, o mais brilhante dos tecidos, é feito unicamente de fios dourados. Hoje em dia, somente mulheres vestem roupas douradas; mas antigamente, quando os fios eram feitos de ouro verdadeiro, os homens também trajavam ouro, e em qualquer ocasião. O duque Carlos, o valente, da Borgonha, em 1467 levou consigo, numa campanha militar, cem trajes bordados a ouro. E o rei Francisco I da França (1494-1547) encomendou 13.600 botões de ouro para enfeitar um só traje de veludo. Pagou-os com dinheiro do caixa do Exército. Francisco I, que era considerado o homem mais elegante de seu tempo, para não ter competidores, decretou que ninguém de situação inferior à do príncipe herdeiro poderia se vestir com peças douradas.

Quando a nobreza se tornou economicamente dependente da burguesia endinheirada, os burgueses passaram a poder também se vestir com roupas douradas. Pode-se dizer que sua posição social podia ser calculada da quantidade de brocados de ouro que podiam usar. No final do século XV, aos ricos de Munique foi permitido o uso de 60 centímetros de tecido dourado e 30 gramas de ouro bordado em suas roupas[14]. Com 30 gramas de ouro era possível

confeccionar um traje muito luxuoso (com um grama de ouro se pode fazer um fio de três quilômetros).

Para o bordado a ouro, envolve-se uma linha com tiras de folhas de ouro. O fio de ouro não passa para o avesso do tecido, por ser muito delicado; por isso, a costura é feita só pela parte de cima do tecido. Na Antiguidade, os fios de ouro eram produzidos do seguinte modo: tripas de ovelha eram enroladas numa haste e então se colavam nelas folhas de ouro. Em seguida, a tripa era cortada em espiral, em tiras milimétricas.

Por volta de 1500, entraram em moda as toucas douradas para as senhoras – moda que se tornou centenária. Eram gorrinhos e toucas fartamente bordados com fio de ouro. Toda mulher queria usar uma touca dourada em dias de festa, mas durante muito tempo nem todas gozaram desse privilégio. Ainda em 1749, a polícia de Munique invadia as igrejas durante a celebração da missa de Ano Novo para se assegurar de que não havia serventes, empregadas domésticas e operárias usando peças de vestuário que não estivessem de acordo com seu *status*. Os policiais chegavam a arrancar algumas toucas das cabeças das mulheres, quando julgavam que seu uso não era adequado à sua classe social. Esse tipo de ação policial provocava tumulto.

No final do século XVIII, quando o uso de qualquer peça de vestuário bordada em ouro foi liberado, aumentou a demanda por imitações de ouro. Elas eram, em sua maioria, feitas de cobre: o latão, que tem a cor do ouro, é uma liga de cobre e zinco; o bronze dourado é uma liga de cobre e estanho.

As ligas com que são feitas as joias da moda têm muitos nomes: *similor* ou ouro de Mannheim (liga composta de *Pinchbeak* – imitação de ouro feita de uma liga de cobre e zinco, inventada por Christopher Pinchbeak no século XVIII), ouro mosaico *(*bronze dourado*), tumbaga* (nome dado pelos espanhóis a uma liga de cobre e ouro de baixa qualidade). Todas essas ligas são feitas de cobre e zinco: quanto mais alto o teor de cobre, mais escuro o tom do dourado; quanto mais alto o teor de zinco, mais claro. A imitação de ouro "*Tallois-demi-or*", do inventor parisiense Tallois, contém inclusive 1% de ouro, assim o nome da invenção foi feita com metade do nome do inventor e mais meia sílaba da palavra "*meio*" em francês, "*demi*" → *Talmi* – hoje em dia, sinônimo de falsificação. Só a liga "*doublé*" contém um pouco mais de ouro: nessa fórmula, uma peça de aço é recoberta com uma camada fina de ouro – por isso esse processo é chamado de "*doublé*" – que significa também "chapeamento" ou "laminação".

Especialmente extravagante foi o uso que a imperatriz Eugénie fez do ouro.

Ela empoou sua escura cabeleira com pó – naturalmente verdadeiro – de ouro.

Atualmente, as joias de ouro identificam apenas os ricos, e os fios dourados em tecidos são de alumínio colorido. Os tecidos dourados já não são nada de extraordinário. Além disso, são por demais chamativos para serem considerados elegantes → Fig. 87. Hoje em dia, nenhum membro de uma casa real usaria um traje de noite dourado – seria considerado um excesso de arrogância. Uma exceção: uma vez a rainha Elizabeth II usou um vestido dourado – com a idade de 72 anos, ela estava comemorando suas bodas de ouro.

10. A cor do luxo

O luxo: ouro 38% · prata 13% · vermelho 12% · violeta 10% · preto 8%

Tudo pode ser considerado “luxo”. Como é que alguém percebe alguma coisa como um artigo de luxo? O mais elementar dos princípios: um objeto, que normalmente é feito de material barato, é feito em ouro. Assim, qualquer modelo de isqueiro, ou de relógio, se torna um artigo de luxo. Dessa forma, artigos simples, como canetas esferográficas, recipientes para maquiagem, pentes ou botões se transformam em símbolo de *status*. Para os donos de escritório mais exigentes, existem abridores de cartas, grampeadores, tesouras, réguas e calculadoras de bolso douradas. O que não puder ser confeccionado em ouro será enfiado dentro de um invólucro dourado. Assim, até mesmo uma borracha se transforma em artigo de luxo.

Composição criativa de cores em desenho de joias: objetos banais, como grampeadores, parafusos ou até macarrão, em suas mais diversas formas, são fundidos em ouro e prata, para se converterem em peças modernas de joalheria.

Laranja-ouro-vermelho é o acorde do deleite, e o deleite também pertence ao luxo. O artista Friedensreich Hundertwasser organizou, em 1980, um banquete em que se comemorava o luxo – ou em que se demonstrava sua falta de sentido: os comensais usaram talheres de ouro e beberam em taças de ouro. As batatas, os legumes, os grelhados, tudo veio numa apresentação folheada a ouro. Todos alguma vez já tinham consumido produtos folheados a ouro: os bombons pralinês muitas vezes são ornamentados em dourado, e as lâminas douradas de aguardentes como a “*Danziger Goldwasser*” são feitas de ouro autêntico.

Onde é que termina a elegância do luxo e começa a vulgaridade da ostentação? Não existe resposta universalmente aceita para essa indagação. Ninguém verá ostentação alguma num homem que esteja usando uma aliança de ouro. E a ostentação começa quando? Quando, além da aliança, o homem usa também um anel de ouro? E abotoaduras de ouro? E um prendedor de gravata dourado? E um relógio de ouro com correia dourada? E usa um isqueiro de ouro? E possui um cartão de crédito do tipo “ouro”? E usa um chaveiro de ouro? E um palito de dentes de ouro? E um canivete suíço de ouro? E dirige um Rolls-Royce dourado? E tem a boca cheia de obturações em ouro?

11. O bezerro de ouro e o ganso de ouro. A cor do deslumbramento

O “bezerro dourado” é o símbolo bíblico do deslumbramento, da crença em falsos deuses. O bezerro representa o deus Baal, que Moisés destruiu; aniquilou inclusive o ouro: “E tomou o bezerro que haviam feito, e o lançou ao fogo, em que se fundiu, e pulverizou o ouro, o aspergiu em água, que deu de beber aos israelitas.” (2 Moisés, 32.20)

Na lenda dos irmãos Grimm sobre o “ganso de ouro”, os idiotas ficam apegados ao ganso dourado. As vítimas da comodidade e do luxo vivem em “gaiolas douradas”. “De que serve possuir uma forca de ouro, se se vai morrer enforcado nela?”, diz a sabedoria dos pobres. A riqueza corrompe o caráter, essa é também a moral do reconfortante provérbio que diz: “O fogo põe à prova o ouro, e o ouro põe à prova as pessoas.”

O ouro que é extirpado de seus metais menos valiosos é o ouro refinado. Purificados ou limpos serão também os pecadores. O ouro se acrisola por meio do fogo, os pecadores pelo fogo do purgatório.

A cor do ouro é a cor → da vaidade. No primeiro romance utópico, *Utopia*, publicado por Thomas More em 1516, o dinheiro e a vaidade são a origem de todo o mal. Na terra ideal de Utopia existe apenas uma aplicação para o ouro: as correntes dos condenados a trabalhos forçados são de puro ouro.

No filme de James Bond, *Goldfinger*, as pessoas são cobertas de ouro – elas sufocam em agonia, porque a pele não consegue respirar.

12. O ouro dos pintores

O ouro simboliza na pintura medieval a luz transcendental. Até 1500, o fundo dourado foi comum nos motivos piedosos. A pintura icônica russa conserva até hoje o fundo dourado em suas obras.

O fundo dourado consiste de ouro em folhas. Para isso, o ouro é fundido na espessura de uma folha de papel e, em seguida, é recortado em quadrados. Entre as lâminas de ouro são colocadas “películas de bate-folha”, feitas de tripa de boi, muito finas e transparentes, mas muito resistentes. As lâminas são batidas a martelo para irem se tornando cada vez mais finas. Os quadrados vão sendo recortados conforme sua superfície vá aumentando. De um grama de ouro podem ser obtidos 3 mil centímetros quadrados de folhas laminadas de ouro. As folhas que se usam atualmente têm uma espessura de um décimo-milésimo de milímetro, são mil vezes mais finas que o papel de impressão. Nas pinturas antigas, as folhas de ouro eram muito mais grossas, de um milésimo de milímetro.

O método mais bonito para a douração é a douração com polimento. Primeiramente, se espalha bolo (*bolus*), uma camada prévia de douramento, constituída por argilas muito finas e purificadas (alumino-silicatos, óxidos de ferro) que, aglutinadas com cola aplicada sobre o aparelho (preparo), permite, depois, a brunidura da folha de ouro. A cobertura de *bolus* é, na maioria das vezes, vermelho acastanhada, e seu brilho atravessa completamente a folha de ouro. O dourador passa o pincel em seu cabelo, carregando-o eletrostaticamente, e assim mantém a folha de ouro suspensa, de modo a permitir sua colocação sobre a base. Finalmente, a folha de ouro é polida, com alguma pedra semipreciosa perfeitamente plana. Para se obter um brilho perfeito, sem manchas, a base tem que ser dura, e por isso as imagens sagradas antigas eram pintadas sobre pranchas forradas de gesso.

Os dourados que precisam resistir às intempéries, como os das torres de certas igrejas, são dourados no azeite. A folha de ouro é colocada sobre uma mistura aderente de azeite de linhaça e solução de borracha. As douração a azeite não podem ser polidas, por isso não brilham tanto.

O ouro que se depositava logo era uniformizado com uma pena de ave. Naturalmente, o ouro que sobrasse era reaproveitado. As folhas de ouro eram

anotadas em separado nas contas dos pintores.

Hoje em dia, o ouro quase desapareceu das pinturas, embora permaneça sempre perto dela – as molduras são, em sua maioria, douradas.

13. O ouro heráldico

Antigamente, documentos escritos eram selados; “bula” é uma velha palavra para uma certidão selada. O que fosse especialmente importante o imperador selava a ouro, e aquilo era uma “bula dourada”. A bula dourada mais imporante do Sagrado Império Romano da Nação Alemã foi ditada pelo imperador Carlos IV, em 1356; ela estabelecia as normas para a escolha do imperador da Alemanha e a lei do mais forte.

O ouro é a mais importante cor da heráldica. Todo brasão deve necessariamente conter ouro ou prata. Um brasão é, originalmente, uma placa metálica. Contudo, ele não pode jamais conter os dois metais nobres ao mesmo tempo, pois, nesse caso, seria necessário fundi-lo em várias etapas, o que faria com que perdesse sua função de proteção, pois perderia sua estabilidade. Quando os brasões são transpostos para bandeiras, ou seja, para tecidos, então o branco substitui a prata e o amarelo substitui o ouro. Por isso, a bandeira alemã é designada pelas cores preto-vermelho-dourado, e não preto-vermelho-amarelo.

Antigamente, a hierarquia determinava quem tinha direito a usar ouro em seu brasão e quem deveria se contentar com a prata. Desde que os brasões particulares passaram a ser permitidos conforme se quisesse, o ouro passou a predominar.

A lei heráldica que diz que cada brasão deve conter apenas um dentre os dois metais nobres tinha uma exceção: a bandeira do Papa. A bandeira do Vaticano é em ouro e prata. São Pedro é o guardião dos portais celestes, e sua identificação se dá pelas suas duas chaves, uma em ouro e outra em prata. O Papa representa o seguidor de São Pedro e é seu representante sobre a terra, por isso o Vaticano é chamado também de “trono de São Pedro” – a bandeira do Papa contém, por isso, uma chave de ouro e outra de prata.

Na Alemanha, os sinais de estrada que indicam igrejas católicas mostram uma igreja amarela sobre um fundo branco. E, nos congressos eclesiásticos, são içadas bandeiras com as cores amarelo e branco – mesmo que se sejam denominadas como douradas e prateadas.

14. A cor decorativa

O ouro é um produto da natureza, mas não é matéria viva. Só conhecemos o ouro já trabalhado, seja por um ourives, um cunhador de moedas ou um fundidor. Por isso, a cor dourada é também uma das cores → do artificial.

Visualmente o ouro parece ser leve, devido a seu brilho; porém esse efeito desaparece, ao se saber que o ouro é o mais pesado dos metais. Uma garrafa de vinho com a capacidade de um litro, cheia de ouro, pesaria mais de 19 quilos.

As grande superfícies douradas atraem por sua beleza, porém parecem distantes, porque representam o poder. Por seu efeito simbólico, o ouro é grande e poderoso. Em nossa experiência, ele é pequeno: inclusive quando a cor dourada não vem de ouro autêntico, ela é usada com parcimônia. Caso se peça a várias pessoas que pintem uma superfície com quadrados coloridos de diversos tamanhos, utilizando também a cor dourada, a maioria irá pintar de dourado os quadrados menores. Isso porque, na vida cotidiana, o ouro aparece só como cor decorativa, como cor dos detalhes.

15. O dourado na publicidade: a cor da ostentação

A ostentação: ouro 28% · amarelo 16% · laranja 16% · violeta 12%

Todos sabem que o ouro é caro. Mas todos sabem também que papel dourado, lâminas douradas e plástico dourado não são feitos de ouro.

O poeta vê a cor dourada onde o realista vê apenas amarelo; espigas douradas, uvas douradas, outono dourado... Porém, na poesia esse estilo é considerado antiquado. Os textos publicitários falam em ouro onde o consumidor vê apenas banalidade: macarrão dourado, pãezinhos dourados, margarina dourada. Na publicidade, esse estilo ainda vale como estimulante ao consumo.

O gosto da publicidade pelo ouro fica particularmente óbvio no *design* das embalagens. Qualquer artigo de pouco valor fica "enobrecido" por uma decoração dourada. O protótipo da coisa barata é o "selo de ouro", feito de plástico. A publicidade transformou o ouro em algo completamente corriqueiro. E por isso o dourado é também a cor → da cafonice. O ouro, combinado com amarelo, o ouro falso, é o acorde da ostentação.

"Nem tudo que reluz é ouro", diz o ditado, que se aplica perfeitamente à publicidade de hoje em dia – nela, o ouro não sinaliza valor algum, apenas presunção.

A experiência cotidiana nos ensina: quem tem a necessidade de se exibir em dourado geralmente não tem muito dinheiro. "*Goldene Tressen – nichts zu fressen*" ("roupa dourada, boca esfaimada"), costumava-se fazer troça dos empregados com uniformes agaloados em dourado, mas cujos salários eram de fome.

16. As regras de ouro

Dourado com branco e azul é o acorde → do ideal, da bondade, da verdade. As “regras douradas da vida” estão formuladas da seguinte maneira na Bíblia: “Como desejais que façam a vós, fazei assim também aos demais!” (Lucas, 6.31 e também em Mateus, 7.12) E é bem conhecido também o provérbio popular: “O que não desejas que façam a ti, não deves também fazer a teu próximo.”

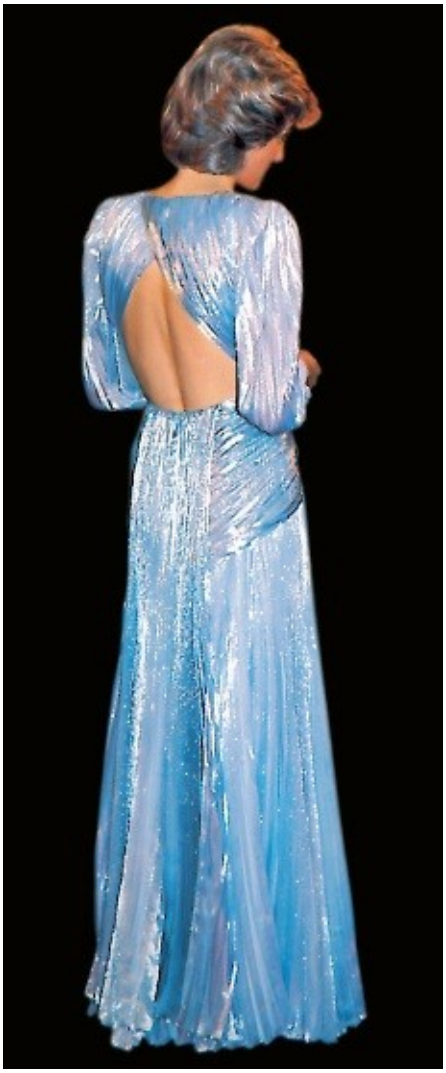
Ideal em todos os casos é o “dourado caminho do meio” – nem tanto ao céu, nem tanto à terra.

O ouro é vendido em gramas, e para pesá-los de forma exata existem as “balanças de ouro”, balanças de alta precisão. Os que dão demasiado valor às palavras alheias, desses se diz que “pesam as palavras em balanças de ouro”. Dizemos também que “as palavras são de prata, mas o silêncio é de ouro”, para fomentar a discrição. Do que se vende a preço demasiado alto costumamos dizer que é vendido “a peso de ouro”. Das coisas muitos valiosas, de grande excelência, costumamos dizer que “valem seu peso em ouro”.

A “secção áurea”, na arquitetura, define a proporção ideal entre largura e altura. Ela é usada para calcular as proporções de uma casa, assim como de suas portas e janelas – e na pintura para calcular a forma que traz maior harmonia. Segundo essa proporção, a relação entre largura e altura é de aproximadamente 5 : 8. Essa é a mais bela proporção: a proporção áurea.

O ouro é o atributo da bondade. Na Alemanha, existem a “*Goldmarie*” e a “*Pechmarie*” – a “Maria de Ouro” e a “Maria Desafortunada”. Elas são personagens de contos e representam o bem e o mal. Obviamente, a “Maria de Ouro” é boa e loira. Seus claros cabelos são formosos como o ouro. Dizemos das pessoas bondosas que elas “têm o coração de ouro”, e daquilo que é excelente costumamos dizer que “é feito de ouro em pó”.

Em alemão, “*goldig*” significa bonito, precioso, encantador – e, daquelas coisas que não têm como ser melhores, dizemos que elas são “*goldrichtig”* – são “puro ouro”.



86 Princesa Diana num elegante vestido de noite prata.

87 Marilyn Monroe num menos elegante vestido dourado, pois num tom intrusivo de ouro.

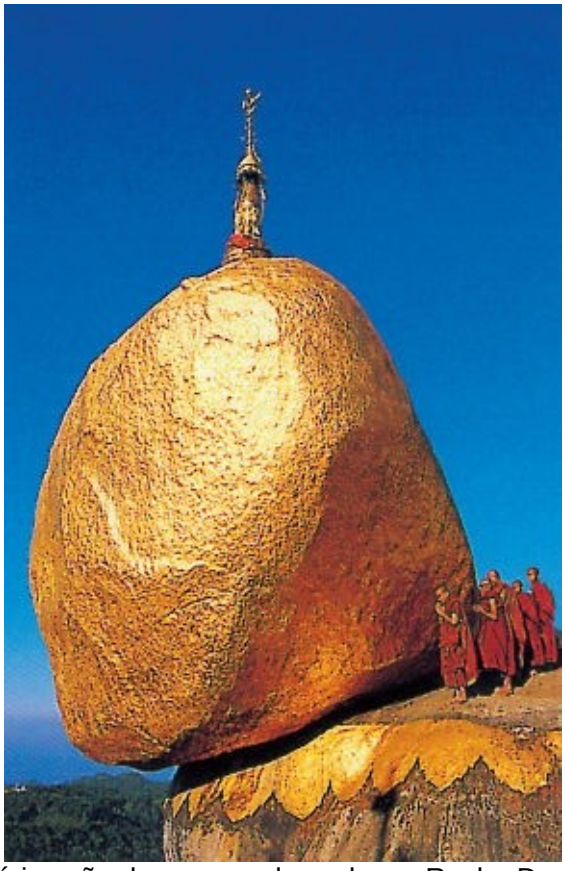
88 As mais altas condecorações são douradas: a medalha alemã da Cruz do Mérito.

89 Os mais gloriosos emblemas do poder são de ouro: o Orbe (*globus cruciger*) alemão. Tudo o que for adornado ou emoldurado com ouro é valioso:

90 O prata é símbolo da velocidade. Aqui o prata ultrapassa inclusive o ouro.

91 Madeixa de um ente querido.

92 Um escorpião como deidade.



93 Os mais altos santuários são de ouro ou dourados: a Rocha Dourada da Birmânia.

94 Os mais altos sentimentos são simbolizados pelo ouro: *O beijo*, de Gustav Klimt.

PRATA

A cor da velocidade, do dinheiro e da Lua.

Quantos tons de prata você conhece? 20 tons de prata 1. A última cor em que se pensa

2. Sempre comparada ao ouro
3. A mais veloz – contudo, sempre em segundo lugar
4. O nome do gigante e da platina
5. O metal precioso prático
6. A cor do vil metal
7. Marcas e falsificações
8. O prata feminino: o elemento lunar e do signo de Câncer
9. Distante e fria
10. Límpida, clara e intelectual
11. O brilho moderno
12. Mais singular e mais elegante que o dourado
13. O cinza embelezado
14. A prata heráldica

Quantos tons de prata você conhece? 20 tons de prata

Cada metal prateado brilha diferente, no entanto não diferenciamos os tons da prata, somente os metais.

Denominações coloquiais da prata e suas cores artísticas: Branco platinado Branco prateado Brilho de alumínio Brilho de cromo Brilho de níquel Brilho de ouro branco Brilho de titânio Brilho de zinco Cinza metálico Cinza prata Cores da platina Loiro prata Prata antiga Prata bronze Prata *lamé*

Prata novo Prata padrão Prata velha Preto prateado Tubo prateado

1. A última cor em que se pensa

Dentre todas as cores, a prata é a única que nos ocorre em último lugar. Apenas 1% dos homens citou o prata como sua cor predileta – e nenhuma das mulheres. O índice de rejeição da cor prata superou esses dados: 2% dos homens e 1% das mulheres citaram essa cor como a que menos lhes agrada.

A cor prata é primeiramente associada ao metal precioso. Pensar em prata leva a maioria das pessoas a fazer, espontaneamente, uma associação com ouro – e daí em diante, todas as demais associações passarão a se referir, principalmente, ao ouro.

Dizemos sempre “ouro e prata”, nunca “prata e ouro”. A prata é sempre o adicional, nunca o principal. Dois ditados alemães dão bem mostra disso: “onde se pode agarrar ouro, não se agarra prata” e “ninguém que seja esperto sonhará com prata, se o ouro estiver a seu alcance”. O ouro custa cerca de cinquenta vezes mais que a prata.

Ao vencedor a medalha de ouro; o segundo colocado recebe, como prêmio de consolação, a medalha de prata. As bodas de prata são celebradas aos 25 anos de casamento; as de ouro, aos 50.

Em alemão, “prata” (“*Silber*”) é uma palavra única: não existe nenhuma outra que rime com ela.

Em virtude de a prata desempenhar sempre um papel tão secundário, aqui também não se irá encontrar nenhum acorde em que ela tenha sido citada em primeiro lugar. É muito raro que a prata domine nosso pensamento.

2. Sempre comparada ao ouro

As propriedades conferidas à prata frequentemente não são características dela, mas apenas contrastes em relação ao ouro. Um litro de água pesa um quilograma, a mesma quantidade de prata pesa dez quilogramas e meio. A prata é pesada. Mas ela é classificada como cor leve, pois o ouro é duas vezes mais pesado.

Em virtude de se saber que o ouro é macio e que as coisas macias são associadas às formas redondas, a prata, em comparação, é considerada uma cor dura e será mais associada a formas pontiagudas.

Apesar de os objetos de prata serem, em sua maioria, maiores do que os objetos de ouro, a prata é frequentemente citada como cor das coisas pequenas. Independentemente das reais proporções de tamanho, perto da grandiosidade do ouro, a prata sempre parecerá pequena.

3. A mais veloz das cores – contudo, sempre em segundo lugar

A velocidade: prata 28% · vermelho 20% · amarelo 14% · preto 11%
O dinamismo: vermelho 24% · **prata 22%** · azul 20% · laranja 10%

"Velocidade" é um dos pouquíssimos conceitos que leva as pessoas a pensarem primeiramente na cor prata. O prata é, sem dúvida, a mais veloz das cores. Os carros de corrida da Mercedes Benz são na cor prata – são chamados de "flechas de prata". Entretanto, inicialmente a cor de todos os carros de corrida alemães era o branco. Até que, em 2 de junho de 1934, véspera da corrida da Adac no circuito de Nuremburgo, se descobriu que o carro da Mercedes pesava um quilo mais do que o permitido. Hoje já não se sabe quem teve a ideia genial, mas, para eliminar peso, durante a noite foi retirada do automóvel a pintura branca, ficando descoberta a carroceria de alumínio do carro, de uma brilhante cor prateada. Esse carro venceu a corrida. Como, pela tradição, o branco e o prata são equivalentes, a Federação Internacional de Clubes Automobilísticos aceitou essa mudança na cor. Esse visual prateado foi uma das melhores ideias do departamento de Relações Públicas da Mercedes Benz – e, além de tudo, uma solução tão econômica! O visual prateado foi copiado por todos os outros fabricantes de carros de corrida da Alemanha, todos queriam ter sua flecha prateada.

A cor prata da roda em movimento remete-nos também aos aviões, foguetes e locomotivas de alta velocidade. O prateado atua como uma cor funcional: seu brilho reflete os raios do Sol, diminuindo o calor. Como cor da velocidade, o prata deixa de ser nome de metal precioso para ser a cor de todos os metais leves modernos → Fig. 90.

A prata, metal nobre, precisa estar em uso, circular, caso contrário enegrece. A prata abandonada fica preta, por isso é um antigo símbolo da indolência. No mundo moderno, a veloz cor prata é uma das cores do dinamismo, e também do esporte. O mercúrio conserva sempre seu brilho e sua cor clara porque ele é a "prata ágil" – "*quicksilver*" é como se chama o mercúrio em inglês.

4. O nome do gigante e da platina

Argus, o gigante do antigo mundo dos deuses, recebeu seu nome da prata, provindo do latim *argentum* – que, por sua vez, veio do grego, *argyros*.

O gigante Argus é o vigia que tudo vê, ele tem milhares de olhos, que não dormem todos ao mesmo tempo. É possível ver seus olhos despertos, tremeluzentes, à noite, nas estrelas do céu.

Há também um país que carrega o nome da prata: em 1516, os espanhóis descobriram, na costa da América do Sul, a desembocadura de um grande rio; prosseguindo em sua busca por ouro e prata, eles foram penetrando pelo território, e deram ao rio que os havia de conduzir aos tesouros o nome de "Rio da Prata". Durante três séculos, o país, sob a dominação espanhola, se chamou Império do Rio da Prata, até que os sul-americanos, ajudados pelos franceses, conquistaram sua independência. A palavra espanhola para "prata", "*plata*", foi substituída pela palavra francesa "*argent*" – assim se originou o nome Argentina – embora lá jamais tenham sido encontradas quantidades significativas nem de ouro, nem de prata.

Derivou-se da palavra "*plata*" o nome de um metal da mesma cor da prata, e que só foi reconhecido em meados do século XVIII como elemento químico: a platina. Ao contrário do ouro e da prata, a platina é em geral processada completamente pura; em virtude disso, as joias de platina não recebem a gravação de nenhum número.

5. O metal precioso prático

A prata é o metal precioso mais usado, pois é vinte vezes mais abundante que o ouro.

A prata existe praticamente no mundo todo. Na Alemanha, a prata já era extraída na Alta Idade Média, sobretudo na região de Harz, perto de Rammelsberg; na Saxônia, perto de Fraiburgo; e nos montes metálicos da Saxônia-Boêmia.

Em 1545, os espanhóis descobriram em Potosí, na Bolívia, a mina de prata mais rica do mundo. Foi durante uma tormenta, quando um raio atingiu uma árvore, arrancando-a da terra; em suas raízes era possível se verem pepitas de prata. Hoje em dia, ainda existem grandes jazidas de prata no México, no estado de Nevada (EUA) e no Canadá.

A prata das minas das montanhas nunca é pura, ela vem misturada com níquel, zinco, estanho, chumbo, cobre, e também com ouro e platina. Entretanto, nem sempre a prata contém ouro; o ouro sim, sempre contém prata. Cerca de 20% da prata que se produz são obtidos como subproduto da mineração de ouro.

A prata liga-se também a elementos não metálicos: a galena é uma combinação de enxofre e chumbo que contém menos de 1% de prata – entretanto, metade da prata que se produz é extraída da galena.

A prata é muito maleável, podendo ser laminada até uma espessura de 0,00027 milímetros; sua dutilidade é tal que com 0,5 gramas é possível se obter um fio de um quilômetro.

Ainda que a prata seja o mais utilizado dos metais preciosos, apenas 15% da prata são usados em joalheria e fabricação de utensílios. Cerca de 30% são utilizados pela indústria fotoquímica: as emulsões fotossensíveis dos filmes e o papel para revelação de fotos são de brometo de prata. Além disso, 20% são utilizados pela indústria elétrica, pois não há metal que conduza melhor a eletricidade e o calor que a prata. As garrafas térmicas são revestidas interiormente de prata, assim como os espelhos, pois não existe material que reflita melhor a luz. A prata pode matar germes e é também usada para tornar a água potável. Medicamentos contra doenças intestinais e infecções da laringe contêm prata em seus princípios ativos. A prata também tem salvo-conduto como adorno para alimentos: as bolinhas prateadas de açúcar para adornar doces

são recorbertas por prata pura. Antigamente, a maior parte da prata que se produzia era usada em moeda, porém essa aplicação tem sido cada vez menor.

A produção atual de prata no mundo é de 12 a 15 mil toneladas, quantidade que fica por volta de 5 mil toneladas abaixo de sua demanda anual. Assim, por toda parte ela é reaproveitada, por exemplo a prata das emulsões fixadoras dos laboratórios fotográficos e das baterias usadas. E, principalmente, foram tiradas de circulação as moedas de prata.

Antigamente, o valor de uma moeda correspondia ao valor do metal de que era feita: se cinco gramas de prata custassem um marco, então a moeda no valor de um marco conteria cinco gramas de prata. As últimas moedas de prata da República Federativa da Alemanha foram as de cinco marcos, cunhadas em 1974. Agora, apenas as moedas comemorativas contêm prata – um máximo de 93%, mas em geral apenas 40%. As moedas correntes, que têm aspecto similar ao da prata, são na verdade feitas de uma liga de cobre e níquel – e nenhuma prata.

6. A cor do vil metal

O prata pertence → à pompa → ao luxo → às festividades – embora a cor principal seja sempre o ouro, a prata é só uma cor adicional. E o ouro simboliza o valor ideal, a prata, o valor material.

Prata é a cor do vil metal. O ouro é excessivamente valioso para as transações comerciais do dia a dia. Quanto de ouro vale um ovo? Os preços dos ovos sobem, o preço do ouro cai – nos últimos dez anos, na Alemanha, um ovo pode ter custado entre 1/30 e 1/300 de grama de ouro. Em todo caso, demasiado pouco ouro para se poder fazer uma moeda com ele. No dia a dia, precisamos de moedas de fácil manejo, de material menos valioso. O rei Creso, que foi quem mandou cunhar as primeiras moedas de ouro, colocou também em circulação moedas de prata: eram, em realidade, bolinhas do tamanho de uma cabeça de palito de fósforo.

"Prata" e "ouro" em muitas línguas se tornaram idênticos, como na língua francesa, "*argent*". Na Inglaterra, diz-se dos filhos de pais ricos: "Nasceu com uma colher de prata na boca." Na linguagem coloquial, "passar na prata" significa vender (no Brasil, "passar nos cobres"). Quem tem um olhar prateado (*Silberblick)* tem um olhar que brilha. Originalmente esse ditado dizia respeito ao olhar de inveja, à avidez por dinheiro.

A prata está mais vinculada do que o ouro à cobiça, à avareza e a todo mal. Judas Iscariotes delatou Jesus aos sumos sacerdotes por trinta moedas de prata. Aquelas trinta moedas eram o salário mensal de um operário – uma soma que poderia ter sido paga também em moedas de ouro. Mas aos traidores não se paga com ouro. Judas se arrependeu, devolveu o dinheiro e se enforcou. Os sumos sacerdotes não quiseram conservar esse dinheiro trágico no templo – com essa soma adquiriram um terreno distante, para nele enterrarem os criminosos e estrangeiros.

O ouro é para ser entesourado – mas com a prata, se pagam as contas. A prata tem seu preço, mas não um valor no plano ideal.

7. Marcas e falsificações

A prata pura é mole demais para ser trabalhada. Por isso é misturada em ligas de cobre, níquel e zinco. Na Alemanha, a pureza da prata é expressa em casas milesimais. A maioria das joias contém um teor de 80% de prata, por isso é marcada com o número 800.

Em outros países, o teor de prata é indicado por símbolos. A prata da libra esterlina inglesa leva uma marca que mostra um leão caminhando, o que indica uma pureza de 925 por mil. A prata padrão da Britânia, antiga moeda da Grã-Bretanha (e sua antiga denominação), cunhada num de seus lados com a imagem de Britânia, personificação feminina da ilha, contém ainda mais prata: 958 por mil.

Na França, a prata é marcada com o galo gaulês. A cifra “1” ao lado do galo significa prata 950, a cifra “2”, 800 de prata. Fora da Europa, muitos países marcam a prata com uma meia-lua, junto à qual um número indica sua pureza.

Na Alemanha, até finais do século XIX, a pureza da prata antiga era expressa em “*lot*”. Ao valor de mil por mil correspondiam 16 *lots*. Nas joias eram comuns as ligas de 12 *lots*, equivalentes a 750 por mil. Quando não existia ainda porcelana de fabricação europeia, as pessoas abastadas comiam e bebiam em pratos e copos de prata. A antiga prata de mesa, ou seja, talheres, jarras e pratos desse metal, em sua maioria mostram a marca 8 (500 por mil) ou 6 (375 por mil). Os números aparecem sempre combinados com um selo da cidade, pois os ourives e os que trabalhavam a prata tinham símbolos próprios de suas cidades. Por isso é possível se certificar quanto à procedência da prata antiga. Prata muito antiga é tão rara quanto ouro antigo, pois a prata oxida e finalmente se corrói.

O teor de prata não tem como ser reconhecido pela cor, da mesma forma que o ouro, tem que ser examinado na pedra de teste. E o conteúdo de prata também não pode ser avaliado pelo peso, pois a prata e o cobre têm quase o mesmo peso – ideal para falsificadores de moedas.

O teor de prata das moedas esteve sempre sujeito a grandes oscilações. Os monarcas de todos os países usavam um truque muito simples para obter mais dinheiro: declaravam inválidas as moedas de prata antigas e faziam com que fossem fundidas. Então mandavam logo cunhar outras, com menor teor de prata, e desse modo faziam dinheiro com as moedas recolhidas. Muitos monarcas

foram autênticos falsificadores de moedas. As novas moedas eventualmente eram tão brancas como a prata, mas não passavam de ligas de cobre e arsênico, sem nenhuma prata.

Ao peso total de uma moeda dá-se o nome de *Schrot; Korn* é o peso correspondente ao metal precioso. Uma moeda cujo teor de metal nobre correspondesse ao seu peso era chamada "*von echtem Schrot und Korn*", uma forma de se dizer que "vale o quanto pesa".

8. O prata feminino: o elemento lunar e do signo de Câncer

O símbolo do elemento prata para os alquimistas era uma lua crescente, que eles chamavam de *Luna*. O nome da prata na linguagem inca é, ao pé da letra, “lágrima da lua”.

Ouro e prata são um par, como o Sol e a Lua, como homem e mulher. A Lua é considerada, em quase todas as línguas, do gênero feminino. O ciclo lunar é idêntico ao ciclo menstrual. A corporificação da lua é *Frau Luna*, a famosa opereta da virada do século XIX para o século XX, do compositor Paul Lincke. A inversão ocorre no alemão entre Sol e Lua – único idioma em que o Sol pertence ao gênero feminino e a Lua, ao gênero masculino; mesmo na língua inglesa, que dispensa os gêneros, sempre se dirá “*Mr. Sun and Lady Moon*”.

Ao Sol masculino pertence o masculino elemento ouro e a masculina cor vermelha, à feminina Lua pertence a feminina prata e o feminino azul. Na pintura alegórica, que faz a representação da simbologia das coisas, a corporificação da prata é uma mulher num vestido azul; ela mora na Lua e viaja num trenó puxado por cervas. Em inglês, inclusive, eventualmente a lua é azul, como na canção: “*Blue moon, I saw you standing alone...*”

Os astrólogos consignam a prata, naturalmente, à Lua. Todos os demais planetas – à exceção do Sol – governam dois signos; já os luminares regem somente um signo cada um: o Sol rege o signo de Leão e a Lua rege o feminino signo de Câncer. Assim como características masculinas são atribuídas ao Sol e ao signo de Leão, do mesmo modo características femininas são atribuídas à Lua e ao signo de Câncer. Ao Leão, como ao animal simbólico, pertencem o dinamismo, a valentia e o sangue quente; ao seu contrário, Câncer, pertencem a cautela, o planejamento estratégico e o sangue frio. Câncer vive na água, que é também um elemento feminino. Ao signo de Câncer não se atribui uma pedra preciosa, e sim a pérola, riqueza que é extraída da água. Na astrologia também se pode substituir a cor prateada pelo branco; por isso, o branco também é a cor de Câncer.

Assim como a Lua, a prata pertence à noite e às suas forças mágicas. Lobisomens só podem ser mortos com balas de prata. As “balas mágicas”, capazes de acertar em qualquer alvo, fornecidas pelo diabo em pessoa ao

protagonista da ópera *O caçador furtivo*, eram de prata. A velha prata da família tem o poder de proteger contra encantamentos – o verdadeiro significado dessa superstição: os bem-nascidos devem temer menos os demônios do que os que nasceram pobres. Quem for suficientemente rico será capaz de se livrar de tudo.

9. Distante e fria

“As palavras são de prata, mas o silêncio é de ouro” – esse provérbio sublinha mais uma vez a alta avaliação do ouro, mas contradiz nosso sentimento: como cor da quietude o ouro não é muito adequado, e sim a prata. Azul-branco-prata é o acorde da passividade.

A prata sugere frieza. Ela é constituída pelas cores branco, azul e cinza, todas cores frias. A neve tem reflexos prateados, e também por isso o prata é uma cor invernal. Como cor das coisas resfriadas, experimentamos essa verdade no dia a dia: alimentos resfriados são embalados em alumínio, pois a prata reflete o calor. A cor prata é adotada como cor da marca de muitos produtos que devem ser consumidos gelados, especialmente bebidas como a vodca.

Na simbologia das cores, esse frio está presente em várias dimensões: a fria luz da Lua é prateada, assim como pode ser prateada a água, o mais frio dos elementos, o elemento da fria compreensão das coisas. Prata é uma cor introvertida, mantém-se sempre à distância; em virtude disso, o prata pertence também ao acorde da gentileza – rosa-prata-branco –, que é a mais fria forma de afeto.

10. Límpida, clara e intelectual

Uma “voz de prata”, “um riso de prata”, uma “fonte de prata”, “ondas prateadas” – um significado que a prata tem, e que independe do ouro, é como atributo do límpido e do claro. Existem idiomas que têm o mesmo vocábulo para significar “prateado” e “brilho claro”.

“A faixa prateada no horizonte” indica uma mudança para melhor no clima, um tempo resplandescente. Por isso, o prata é também uma cor que significa esperança e otimismo.

O prata está associado a uma mente cristalina, às virtudes do trabalho intelectual. Azul-branco-cinza é o acorde da perspicácia. A cor prata está presente também nos acordes → da ciência e → da exatidão. O prata caracteriza essas propriedades melhor do que o ouro, pois o ouro é por demais presunçoso e estridente – o prata corresponde bem à circunspecção intelectual.

Os alquimistas também viam uma inter-relação entre a prata e a inteligência. Eles vendiam prata pulverizada contra as afecções do cérebro.

11. O brilho moderno

O moderno: prata 18% · preto 15% · branco 14% · azul 12% · laranja 11%
A tecnologia / a funcionalidade: azul 22% · **prata 19%** · cinza 18% · branco 16% .preto 12%

"O moderno" é um dos únicos dois conceitos nos quais a maioria pensa na cor prata em primeiro lugar. Mas aqui as pessoas pensam não no metal precioso, e sim no aço, alumínio, cromo, níquel, titânio, vanádio – os materiais do *design* moderno.

Azul-prata-cinza é o acorde da tecnologia e da funcionalidade. É também uma cor → do artificial, pois é tecnicamente produzida. Muito do que brilha como prata não é em realidade feito de prata. Aqui prata não é demonstração de um valor, e sim uma função.

O ouro sobrepuja as outras cores, desloca-as para um segundo plano, na medida em que ostenta seu valor. Já o brilho da prata não sobrepuja, ele contra-espelha as outras cores, sem falsificação.

A cor prata parece mais moderna que o ouro porque não tem efeito pomposo. Os metais não preciosos, quando recobertos de ouro, aparentam ser mais do que são – embora algumas coisas que brilhem como prata sejam mais valiosas que o ouro. Quando pedras preciosas são engastadas num metal de aspecto prateado, ou é ouro branco ou é platina. Na prata, tradicionalmente, só se engastam pérolas e pedras semipreciosas.

Sempre que um estilo é completamente novo, o prata desempenha um importante papel no *design*. Como por volta de 1920, quando surgiu o inédito estilo *streamline*. Também quando o mundo foi transformado com a nova velocidade dos automóveis e dos aviões, o desenho das joias também se tornou dinâmico e a platina se tornou o mais apreciado entre os materiais. Ainda hoje, no *design* de joias, a ideia do moderno se exprime por meio dos metais nobres de cor prateada.

12. Mais singular e mais elegante que o dourado

A elegância: preto 30% · **prata 20%** · ouro 16% · branco 13%

O singular: violeta 22% · **prata 15%** · amarelo 12% · laranja 10% · preto 10%

O extravagante: violeta 26% · **prata 18%** · ouro 16%

O prata corresponde à discrição, um atributo da elegância. Mais elegante do que o famoso vestido de plissado dourado de Marilyn Monroe é o vestido praticamente igual trajado pela princesa Diana, na cor prata → Figuras 86 e 87.

Hoje em dia, tecidos dourados e prateados têm o mesmo preço, pois todos os fios metálicos são de alumínio. Quem escolhe um vestido dourado quer demonstrar o máximo de pompa com seu dinheiro. Quem se decide pelo prata não tem necessidade de se exibir.

O ouro é o protótipo da pompa. Acessórios como cintos, sapatos e bolsas são mais frequentemente adquiridos em couro dourado do que em prateado. Mas o prata é mais original, mais extravagante.

O ouro demonstra seu próprio valor. O prata ocupa um lugar de subordinação, realçando o valor da personalidade de quem o usa.

13. O cinza embelezado

Em linguagem poética, o cabelo branco é chamado de “prateado”. Desde que apenas alguns fios de cabelo tenham embranquecido, são chamados de “fios prateados”. Da barba de um senhor já idoso dizem “barba prateada”. A cor prata é o atributo gentil da idade avançada.

Costuma-se chamar o cinza brilhante de prateado, para enobrecê-lo. Os peleteiros chamam a pele cinza de “pele prateada”. Pinheiros cinzentos são chamados pelos jardineiros de prateados. Em virtude de esse embelezamento favorecer a venda, na linguagem publicitária todo cinza vira cinza prateado.

14. A prata heráldica

Como cor heráldica, o prata simboliza humildade, honorabilidade, pureza e inocência; nenhuma virtude guerreira – mais uma razão pela qual o ouro se tornou a cor heráldica predileta.

O prata vem na maior parte das vezes acompanhado do azul, pois pela antiga simbologia a água pertence à cor prata. A cor prata aparece nos brasões quando neles há animais aquáticos.

A cor prata aparece também nos brasões em que figura a lua. A meia-lua, representada em sua forma crescente, é o emblema mais conhecido do mundo islâmico. A lua crescente é um símbolo religioso e político, ela simboliza a unidade de todos os países que professam a fé muçulmana. A Turquia, o Paquistão, as Ilhas Maldivas têm a meia-lua em seus brasões e bandeiras.

A cor prata se transforma em branco quando as cores heráldicas devem ser expressas em cores de bandeira. A simbologia da cor prata se identifica à simbologia da cor branca: o prata passa a ser a cor da paz.

MARROM

Cor do aconchego, do pequeno-burguês e da burrice.

Quantos tons de marrom você conhece? 95 tons de marrom 1. Marrom: mal-amado e onipresente

2. A cor do feio e do desagradável
3. A cor da preguiça e da burrice
4. A cor do aconchego
5. A cor de mais forte sabor
6. A cor do pequeno-burguês e do antiquado
7. A cor da falta de refinamento
8. O marrom dos pobres
9. A cor do amor secreto
10. As “cores de pulga” dos ricos e as cores da moda de Goethe
11. A cor do nacional-socialismo alemão
12. Por que a pele bronzeada se tornou um ideal de beleza?
13. O marrom dos artistas: feito de sépias e de múmias
14. A pátina

Quantos tons de marrom você conhece? 95 tons de marrom

Nunca nos ocorreria dizer que o café é da cor do tabaco, ou descrever o tabaco como da cor do conhaque ou da cor da ferrugem. O que as cores nos transmitem depende sempre do contexto em que elas se nos apresentam.

Nomes dos tons de marrom na linguagem coloquial e os tons de marrom dos pintores: Almagre Amarelo intenso Amarelo velho Arenito Aveleira Bege Bronzeado do sol *Caput mortuum*

Caramelo Carmim queimado Castanho Castor Cinza castanho Cor de cacau Cor de café Cor de castanha Cor de cocô Cor de nicotina Cor de *nougat*

Cor de nozes Cores da argila Cores da madeira Cores de areia Cores de chifre Cores de sujeira Cores de terra Cores do bronze Cores do caril Cores do mel Cores do âmbar Couro natural Ferrugem Loiro escuro Madeira de sândalo Madeira de teca *Mahagoni*

Marrom amêndoa Marrom argila Marrom asfalto Marrom bombom (*knusperbraun*) Marrom canela Marrom carvalho Marrom cebola Marrom cedro Marrom chocolate Marrom chá Marrom cigarro Marrom cinzento Marrom cobre Marrom coco Marrom conhaque Marrom cortiça Marrom couro Marrom cáqui Marrom de Verona Marrom dourado Marrom enegrecido Marrom fígado Marrom granada Marrom laranja Marrom madeira Marrom moscado Marrom múmia Marrom oliva Marrom outonal Marrom pimenta Marrom preto Marrom sujeira Marrom tabaco Marrom tijolo Marrom uísque Marrom Van-Dyck Marrom zibelina Mostarda Ocre Ouro velho Papel de embrulho Pele de marta Pelo de camelo Porco defumado Pátina Siena natural Siena queimado Sépia Terracota Terra Pozzuoli Terras verdes Tons de casca Tons morenos Vermelho castanho Vermelho castanho Vermelho castanho Vermelho inglês Úmbria natureza Úmbria queimada

1. Marrom: mal-amado e onipresente

De todas as cores, o marrom é o mais frequentemente rejeitado. Para 17% das mulheres e 22% dos homens, o marrom é “a cor” que mais desagrada. O marrom, com o passar da idade, vai se tornando de mais a mais rejeitado – conforme tabela a seguir. Das pessoas abaixo dos 25 anos, 16% dos homens e 10% das mulheres citam o marrom como a cor que menos agrada; dentre os acima de 25 anos, são 26% dos homens e 22% das mulheres que não gostam do marrom.

E não há ninguém que goste realmente dele. Somente 1% dentre homens e mulheres citaram o marrom como cor predileta. Com nenhuma outra cor houve uma rejeição tão forte.

O que é surpreendente, pois o marrom é uma cor de destaque na moda. Os tons terra, em todos os seus matizes, são extremamente apreciados. Como cor de muitos materiais naturais, como a madeira, o couro, a lã, o marrom é uma das cores preferidas no âmbito residencial.

Em teoria, justamente quanto ao marrom seria adequada a pergunta: o marrom é uma cor? Na verdade, não. O marrom resulta da mistura de todas as cores: misture-se o vermelho e o verde, teremos marrom; violeta com amarelo, novamente marrom; azul com laranja, lá está outra vez o marrom. E caso se combine qualquer outra cor com o preto, teremos novamente o marrom → Fig. 95. O marrom é mais propriamente uma mistura de cores do que uma cor.

Entretanto, em sentido psicológico, o marrom indubitavelmente é uma cor, pois tem uma simbologia própria, não é igual nenhuma das outras cores. A maioria dos conceitos encarados como “tipicamente marrons” são empregados de maneira negativa. Eis aí o sombrio passado político da cor marrom. O marrom é tido também como feio e vulgar. É a cor da preguiça e da imbecilidade.

E no entanto, como cor de vestuário, o marrom é muito bem aceito: pois que se acredita que a mistura de todas as cores combina bem com todas elas e são adequadas a todas as ocasiões.

O marrom está por toda parte, mas como “cor em si”, o marrom é desdenhado.

A COR QUE MENOS SE APRECIA NO DECORRER DA VIDA

2. A cor do feio e do desagradável

O feio: marrom 25% · cinza 25% · preto 19% · violeta 8%

O antipático: marrom 25% · cinza 18% · violeta 12% · preto 10% · rosa 8%

O antierótico: marrom 30% · cinza 26% · branco 6% · verde 6%

O intragável: marrom 20% · cinza 17% · verde 14% · violeta 12% · preto 12%

É inevitável a associação do marrom à sujeira e aos excrementos. O marrom ocupa o primeiro lugar quando se trata de associações negativas em relação ao corpo. Nos Estados Unidos, é chamada de "*brown nosed*" ("nariz marrom") a pessoa que é um adulador declarado ou, em linguagem mais direta, um puxa-saco. Na Inglaterra, existe a expressão "*I'm browned off*", quando não se suporta mais alguma coisa.

No marrom todas as cores luminosas desaparecem, desaparece toda paixão. O violeta é a cor mais misteriosa, porque nela se unem dois grandes opostos, o vermelho e o azul; o marrom também agrega o vermelho e o azul, mas junto com a terceira cor primária, o amarelo – eis aqui a combinação de todas as cores básicas, produzindo o marrom sob a forma de uma mistura absolutamente sem caráter. Por isso o marrom é a cor do antierotismo.

O marrom, como a mistura de cores mais escura, é, junto com o preto, a principal cor do ruim e do mal.

O apodrecimento gera a cor marrom, por isso essa cor é, em sentido real e simbólico, a cor da decomposição e do intragável. Na natureza é a cor do que está murchando, definhando; é a cor do outono.

Se pensarmos no envelhecimento das coisas, pensamos logo no marrom, pois tanto papel quando tecido amarelecem, tornando-se finalmente marrons; a madeira e o couro velhos também vão se tornando cada vez mais escuros.

Sobre todas as coisas vai se formando uma pátina marrom de pó e sujeira. E assim se cumprem as palavras da Bíblia, no primeiro livro de Moisés: "És pó e ao pó retornarás."

3. A cor da preguiça e da burrice

A preguiça: marrom 44% · cinza 12% · preto 10% · violeta 8%
A burrice: marrom 24% · cinza 20% · rosa 18% · preto 8%

A preguiça é um dos sete pecados capitais. Da mesma forma como o são todos eles, também ela é uma faceta do egoísmo. A preguiça é o egoísmo de não fazer nada para os outros. Por isso, antigamente o pecado da preguiça era chamado de “torpor do coração”.

Marrom é a cor da burrice. Não é de se estranhar que essa característica, que não tem como ser embelezada, seja atribuída à mais feia das cores. Em alemão se diz: “*Du bist ganz schön braun”* (“você é marrom da cabeça aos pés”), querendo significar que a pessoa é indesculpavelmente burra. Com o que mais se poderia caracterizar melhor uma mente embotada do que com a cor marrom? No acorde da burrice, o marrom simboliza a burrice em si, o cinza a idiotice, o rosa a ingenuidade e o preto a ignorância.

4. A cor do aconchego

O aconchegante: marrom 27% · verde 20% · amarelo 10% · azul 13% · laranja 9%

Na decoração de moradias, o marrom é avaliado positivamente. A sua naturalidade, a sua falta de artificialidade faz do marrom a cor do aconchegante. Semelhante a ele é também o acorde → do sentimento de estar em segurança.

Marrom é a cor dos materiais rústicos, como a madeira, o couro e o algodão. Espaços com móveis marrons, tapetes marrons, revestimentos de madeira nas paredes e no chão dão uma impressão de espaço reduzido; e é exatamente essa limitação que transmite uma sensação de segurança. E o marrom gera um clima espacial ideal – é uma cor cálida, sem ser quente.

O marrom atua de modo especialmente agradável quando combinado com cores alegres, como o laranja e o amarelo. Nos quartos deve-se evitar combinar o marrom com preto, porque aí o marrom dará um efeito sombrio. O marrom ao lado do preto é o acorde → do estreito e → do pesado.

O estilo rústico, marrom, é mais apreciado na Alemanha do que em nenhum outro país. Os estrangeiros ficam extasiados com a decoração em tons de marrom de escritórios e quartos de hotel na Alemanha – que lhes dá a impressão de ser tipicamente alemã. O que não é pensado em termos negativos: para os americanos, essa noção de *Gemütlichkeit* (aconchegante) é tão tipicamente alemã, que eles adotaram essa palavra em seu idioma.

5. A cor de mais forte sabor

A acidez: marrom 27% · cinza 16% · verde 15% · violeta 10%
O amargor: marrom 22% · verde 18% · amarelo 12% · cinza 10%

O marrom é a cor cujo sabor é o mais forte. A cor do tostado: a carne assada é marrom, e a massa bem assada também. O marrom tem um aroma intenso: café, chá, cerveja, cacau são marrons. Os ovos de casca marrom dão a impressão de serem mais saborosos do que os de casca branca.

Marrom é a cor dos alimentos cozidos. O que era branco se torna marrom, desde a cebola que se doura até o açúcar com que se faz caramelo. É a cor das "bombas calóricas", como o chocolate, os bombons, as nozes. Quando os alimentos brancos se tornam escuros, parecem mais ricos em calorias. Quem pensa em calorias considera uma torta de chocolate mais perigosa do que uma torta clara, de creme. Há tipos de cerveja, cuja cor é mais clara, que são especialmente lançados, pelos estrategistas em *marketing*, para o público feminino. E há cervejas que são escurecidas especialmente para os homens. Os cigarros são brancos, mas existem também em papel marrom, adequados a um tabaco mais forte ou apresentados assim para dar essa impressão. As mulheres preferem comer carnes e molhos claros, e os homens carnes e molhos mais escuros, que dão a impressão de serem mais fortes e substanciosos. Quanto mais forte for a cor marrom, mais forte a comida – ainda que se trate apenas de uma ilusão criada pelas cores dos alimentos.

6. A cor do pequeno-burguês e do antiquado

O pequeno-burguês: marrom 25% · cinza 23% · ouro 9% · rosa 8%
O antiquado: marrom 37% · cinza 25%

A maioria dos tons de marrom contém vermelho, amarelo, azul e preto, muitas vezes também o branco. O marrom rouba o caráter de qualquer cor que for acrescentada a ele. No marrom, as individualidades das cores básicas desaparecem. Em função disso, o marrom é a cor de tudo que é sem personalidade, pequeno-burguês, sem imaginação, monótono e sem encanto.

Um personagem cômico das tiras de quadrinhos e desenhos animados que é a personificação da mediocridade, que é gente boa mas é também o eterno perdedor, não por acaso recebeu o nome de *Charlie Brown.*

Os que usam marrom não querem aparecer, e sim se adaptar. A própria cor marrom não somente tem um efeito adaptativo, como também retira a força de todas as outras cores. Perto do marrom, até mesmo o vermelho fica apagado; o azul perde sua claridade, o amarelo perde seu brilho.

“O marrom é uma cor neutra que combina com todas as outras” – esse é o credo de todos aqueles que não dão valor à moda ou à elegância no vestir. Mas o pior da cor marrom é que ela não vai bem com tudo. O marrom também nem sempre é uma cor quente, só quando tem um teor predominante de vermelho; quando predomina o azul, o marrom é uma cor fria. Quando um marrom frio é combinado a uma cor quente, ou um azul quente com uma cor fria, se produz um contraste forte e desagradável, até mesmo com cores sóbrias → Fig. 96.

As revistas de moda costumam escrever a respeito da “nobreza” do vermelho, da “nobreza” do preto, até mesmo do branco; mas um “marrom nobre” é algo que não existe. Os membros da realeza nunca vestem marrom nas recepções oficiais – cor demasiadamente vulgar para nobres. O marrom não vai bem sobretudo naquelas ocasiões em que a elegância é requisito indispensável, e na moda masculina de gala os trajes marrons ficariam deslocados, assim como sapatos marrons, verdadeiro tabu – ainda que seu aspecto não deixe nada a desejar em relação aos pretos. Um traje marrom, ainda que seja do melhor dos tecidos, nunca será elegante nesse tipo de evento. Os bancos privados ingleses de maior prestígio chegam a proibir seus executivos de vestir trajes marrons em seus escritórios, pois dão uma aparência demasiadamente vulgar e sem

sofisticação.

O marrom é a cor de tudo que não está mais na moda, pois é a cor do passado. Mas a moda, com seus eterno regressos e contradições, faz com que o *démodé* volte a estar na moda outra vez.

7. A cor da falta de refinamento

Não se tinge nada de marrom com fins de embelezamento – as coisas marrons em geral vêm assim da natureza. Só mesmo material sintético é tingido de marrom, para que ganhe uma aparência de natural – apesar de que fica logo evidente se tratar de artigo sintético, em função da uniformidade da coloração. O marrom produzido pela natureza nunca é colorido por igual, mas sim salpicado em tons de claro e escuro, como a madeira, folhas mortas, a lã virgem e o couro cru. *Beige*, a palavra francesa para definir o marrom claro, significa não processado, rústico, cru.

Muitas mulheres e homens gostam de usar marrom, em virtude de ele mostrar tão pouco a sujeira, é a cor ideal para as roupas esportivas e de passeio.

Marrom é a cor mais comum de cabelo. Para se dizer isso de uma forma mais elegante, os cabelos marrons são chamados de “castanhos”.

Às coisas que não são delicadas por natureza, que são coisas resistentes, chamamos de “robustas”; essa palavra provém de *rotbraun*, marrom avermelhado. E existe alguma cor mais robusta que o marrom?

8. O marrom dos pobres

Já na Idade Média o marrom era considerado a cor mais feia. Marrom era a cor das roupas dos pobres, dos camponeses, escravos, servos e mendigos. Pois a vestimenta marrom era apenas a vestimenta sem tingimento de resíduos de lã e pelo de cabra, cervo e lebre, filados com linho e cânhamo crus e pardacentos. Numa época em que as roupas de cores luminosas eram símbolo de *status*, as roupas não tingidas denotavam claramente uma condição inferior.

Os primeiros monges cristãos vestiam hábitos não tingidos. Quando foram estabelecidas cores para as diferentes ordens, as cores marrom e cinza eram as daquelas ordens que faziam voto de "extrema pobreza". Os franciscanos eram os "monges marrons". Seu fundador, Francisco de Assis, monge mendicante, não trajava um hábito de cor uniforme, e sim um tecido cru, salpicado de manchas cinzas e marrons. Esse marrom era também a cor simbólica da humildade cristã.

Ruprecht, servo de São Nicolau, nosso Papai Noel, traja, como é adequado aos servos, um casaco marrom.

A cor marrom foi também, durante séculos, a cor do luto dos pobres – mas isso se deu por força da necessidade, pois os tecidos tingidos de preto eram inacessíveis à população mais pobre. Há uma canção em que um servo de luto exclama:[15]

> "Oh, meu Deus, como é grande a dor da despedida...
> Sou um pobre servo e me vestirei de marrom escuro..."

9. A cor do amor secreto

> “Castanha é a cor da avelã, e castanha sou eu também,
> Castanha será minha noiva, exatamente igual a mim.”

A “moça morena” é cantada na Alemanha em velhas canções populares e antigos poemas. Algumas vezes ela é “castanha escura”, outras vezes “castanha clara” – e isso faz referência à cor da pele, e não à cor do cabelo. Uma “morena” era uma camponesa bronzeada pelo sol, e só esse detalhe, nos tempos antigos, já implicava o fato de a moça ser pobre. As mulheres refinadas protegiam sua palidez com sombrinhas, chapéus e véus. Especialmente importante era que as mãos fossem brancas, livres de marcas causadas por trabalho de qualquer tipo. As damas usavam sempre luvas brancas. O bronzeado do sol era um sinal revelador da pobreza.

No Velho Testamento, no *Cantar dos Cantares* de Salomão, uma camponesa diz às garotas da cidade:

> “O sol me bronzeou... entretanto sou bonita, ó moças da cidade de Jerusalém! Não me olhem assim de cima, por eu ser mais escura que vocês... pois sob o sol tenho que, diariamente, ajudar meu irmão no cultivo da vinha.”

Pela simbologia antiga, o marrom é uma cor feminina. É a cor da terra, da fertilidade. “A morena” (“*die Braune”*) significa, em alemão antigo, a genitália feminina. Exatamente isso significa também em gíria norte-americana a expressão “*miss Brown*”. A vagina tem sido comparada também com frutos de cor marrom, como o figo e as ameixas. Hoje em dia, as pessoas quase não veem a cor de uma ameixa como marrom, antigamente no entanto o tom de violeta escuro era chamado de marrom. Albrecht Dürer chamava essa cor de “marrom violeta”. O violeta, visto de uma perspectiva linguística, é uma cor muito moderna. Por isso, na lírica antiga, é comum se falar em “violetas marrons”, e as amoras (*Brombeeren*) eram chamadas de “*Braunbeeren*” (“bagos marrons”).

Se um homem declarasse haver colhido *Braunbeeren*, significava que ele havia deflorado uma jovem.

Do mesmo modo, “romper uma rosa” também significava o mesmo, em linguagem poética.

No simbolismo da poesia trovadoresca, a cor castanho é referida como “*Gebundenheit in Minne”* (“estar atado a Minne”, o amor) – significando também uma relação sexual. Não é o amor tornado público, simbolizado pela cor

vermelha: a cor castanho é a do amor discreto, secreto, fora da classe social do amante. Numa canção com o ilustrativo título de "*Es spielt ein Graf mit einer Maid"* ("Um conde fazendo gracinhas com uma doméstica"), um conde oferece a uma jovem, em reparação, uma soma em dinheiro em vez de matrimônio – e ainda um substituto: "Não chores, moça morena, tua honra será paga, te darei um noivo junto com trezentos táleres."

O castanho designava também a cor da infidelidade. E as moças morenas da poesia e das canções folclóricas parecem mais levianas, dispostas a se entregar às aventuras amorosas:

> "Uma mocinha morena e um jovem rapaz ficam tão bem protegidos estando juntos... é como se colocar um lobo num curral de ovelhas!"

Tratava-se mais de dinheiro do que de moral. Gente pobre – gente marrom – não tinha autorização para se casar. Para se conseguir uma permissão para o casamento, era preciso comprovar ter alguma posse. O sonho de uma vida em família não estava ao alcance das pessoas rústicas e dos criados, que nem ao menos possuíam um quarto próprio onde pudessem dormir. O casamento era assunto para os bem situados, os que tivessem algo a herdar; os pobres não precisavam de legados, uma vez que já tinham filhos à vontade.

Quando um homem dava de presente à sua amada um anel de pedra marrom, a referência a ser feita não é apenas quanto ao simbolismo da cor marrom como cor dos amores secretos, mas principalmente quanto à situação financeira: marrom avermelhada é a granada, pedra semipreciosa, que antigamente custava muito pouco, e de menor valor ainda era o âmbar, que vai do marrom amarelado ao marrom escuro. Joias antigas de granada, naqueles tempos a joia típica das mulheres pobres, quando são verdadeiramente antigas, nunca estão engastadas em ouro, mas em prata ou latão. As moças morenas não podiam contar com presente caro.

> "Moreninha, tira tua blusa e estende-te aqui a meu lado, minhas posses dividirei contigo."

10. As “cores de pulga” dos ricos e as cores da moda de Goethe

O ideal estético das cores luminosas durou enquanto essas cores foram caras. Foi somente no século XVIII que se baratearam os custos para o tingimento com vermelho, azul e verde puros. Com isso se alterou o valor concedido às cores. Agora as cores puras passaram a ser simples, a arte da tinturaria se tornou a arte de misturar tintas.

No período Rococó, houve predileção pelas cores pastel, e até mesmo o marrom se tornou uma cor da moda. Não se tratava de um marrom composto por duas ou três cores, nada disso: os tecidos eram tingidos diversas vezes, com várias cores, umas sobre as outras, para que fossem obtidos tons modificados.

Luís XVI (1754-1793) tinha predileção pelas “cores de pulga”, “*les couleurs de puce*”. Havia rumores de que quem se apresentasse diante do rei trajando o “marrom de pulga” podia estar certo de que teria atendidos os seus pedidos. O rei era um tanto estúpido, mas o que agradava ao rei agradava ao mundo. A dupla de historiadores irmãos de Goncourt descreve o encantamento de um cavalheiro ao apresentar a algumas senhoras uma pulga morta: “Admirem, caras senhoras, a cor desta pulga. É um preto que não é preto, um castanho que vai além do castanho... é, verdadeiramente, uma cor preciosa!”

Existiam tons de marrom-pulga nas mais finas nuances. O próprio rei, em pessoa, havia determinado seus nomes, com a sabedoria de bom conhecedor: “cor de pulga velha”, “cor de pulga jovem”, “dorso de pulga”, “cabeça de pulga”, “patas de pulga”, “barriga de pulga” e “barriga de pulga antes da desova”. Em inglês, a cor castanho avermelhada se chama “*puce*” – pulga; os ingleses adotaram a palavra do francês, como se só na França existissem pulgas.

A época do Classissismo, a que o Rococó deu lugar, festejou como ideal estético um tom de branco antigo. Por volta de 1800, se acreditava que os velhos gregos e romanos houvessem sempre se vestido com tecidos brancos, mas a verdade é que usavam tecidos de todas as cores. O marrom era uma cor desprezada, e os romanos chamavam os que andavam esfarrapados de “*pullati*”, ou seja, vestidos de marrom. E os povos que não dominavam as artes da tinturaria usando cores luminosas eram considerados bárbaros.

Mas, nos tempos de Goethe, tudo quanto fosse colorido era considerado

bárbaro. Goethe caracteriou o gosto cromático de seu tempo: “Pessoas cultas sentem uma certa aversão às cores.” E explica essa aversão pela ideia de que as cores fortes, que ele chamava de “cores inteiras”, eram muito difíceis de se combinar na indumentária: “As pessoas de fato se sentem muito limitadas quando usam cores inteiras; por sua vez, as cores mais sujas, amortecidas, as assim chamadas cores da moda apresentam-se em muitas graduações e matizes, a maioria das quais não deixa de ter seu charme.”

As “cores sujas” eram os tons de marrom e as “cores amortecidas”, aquelas escurecidas com preto.

Outra desvantagem, prosseguia Goethe, é que as mulheres que usam cores fortes precisam pintar o rosto; “e devemos salientar ainda que os quartos das mulheres, quando pintados em cores inteiras, trazem o inconveniente de fazer com que um rosto um tanto apagado empalideça ainda mais, fique completamente sem brilho nesse tipo de ambiente; de tal modo que as mulheres se sentem forçadas a realçar a cor de seu rosto com maquiagem, para poder manter o equilíbrio com um ambiente muito luminoso.”

A aversão de Goethe às roupas de cores fortes se popularizou pela Alemanha → Cinza 17. E as “cores sujas e mortas” encontraram novo impulso quando, por volta de 1900, houve esforços para legitimar culturalmente as pretensões alemãs de poder sobre outros povos. Os belicosos germânicos tornaram-se modelo, até mesmo na moda. Os trajes típicos alemães foram redescobertos, às vezes reinventados. O material era rústico, o padrão era rústico, o colorido era rústico. Tudo quanto fosse genuíno, que estivesse em seu estado natural, esse era o “verdadeiro estilo alemão”. Nomes alemães passaram também a estar em moda: “Bruno” – o marrom – e seu feminino “Bruna”.

O marrom havia se tornado uma cor bonita. E, dessa forma, essa cor se tornou, mais tarde, a cor do nacional-socialismo.

11. A cor do nacional-socialismo alemão

Hitler não estava presente quando o marrom foi escolhido como cor do partido do nacional-socialismo – mas com certeza ele deu depois sua aprovação a essa escolha. Arnold Rabbow, perito em simbologia política das cores, investigou como foi que se chegou a essa escolha:

> "Durante o tempo em que Hitler esteve na prisão militar de Landsberg, Röhm perguntou, no transcorrer de uma conversa com Göring e o chefe do corpo de voluntários, Gerhard Roßbach, conversa essa acontecida em Salzburg, em 1924, sobre a uniformização dos membros da AS. Roßbach apontou para a camisa cáqui que usava, e Röhm disse: 'É muito bonita!', e Göring assentiu com um movimento de cabeça. Em 27 de fevereiro de 1925, dia da fundação oficial do NSDAP (Nazional-Sozialistische Deustche Arbeiter Partei*)* e da SA (Sturmabteilung), estabeleceu-se oficialmente a cor marrom como única cor do partido."

Até os dias de hoje, os nacional-socialistas são chamados de "os marrons". Rabbow ironicamente se pergunta se os fundadores do partido, subcoscientemente, não teriam pregado a si mesmos uma peça com a escolha dessa cor: "Será que a SA realmente não sabia que tipo de associações drasticamente grosseiras poderiam ser extraídas, por exemplo, de sua turbulenta canção "*Wir sind des Führers braune Haufen"* ("Somos as hostes marrons do *Führer*")?

Paralelamente às significações psicológicas, não se deve esquecer de que o marrom, na moda masculina da época, predominava em todo lugar. Marrom era a cor do terno de uso diário. O marrom era muito comum, era adequado. O efeito psicológico mais importante foi que, para os simpatizantes do NSDAP, a adaptação visual à uniformização do partido aconteceu com muita facilidade. Os simpatizantes não precisavam de nenhum terno de cor especial, lhes bastava seu costume de uso diário e por baixo uma camisa marrom, que naquela época também estava na moda. Os líderes do NSDAP também já usavam camisas marrons antes de seu estabelecimento como cor de seu uniforme.

Quando, em 1931, a República de Weimar proibiu uniformes e distintivos nos agrupamentos políticos, os "batalhões marrons" puderam contornar essa proibição com facilidade. Não era possível se proibir algo tão comum como o terno marrom, e a camisa da mesma cor podia ser facilmente coberta, quando necessário. Com isso, era possível se juntar à massa sem chamar a atenção. Como disse Robbow, alguns membros do NSDAP compareciam às assembleias do partido "com patéticos decotes que lhes mostravam o peito desnudo, mas até

nisso havia um efeito retroativo: a ausência da camisa marrom acabava trazendo de volta, à memória dos espectadores, sua existência.”

O marrom corporifica todos os ideais do nacional-socialismo: é uma cor → da brutalidade, → do conservadorismo e → da virilidade.

12. Por que a pele bronzeada se tornou um ideal de beleza?

Foi somente depois da Segunda Guerra Mundial que a pele bronzeada pelo sol se tornou um ideal de beleza na Alemanha e em outros países nórdicos industrializados. Ora, pois se a maioria da população trabalha em fábricas e escritórios, o tom bronzeado da pele comprova que a pessoa tem meios para ir passar as férias no sul. De forma que isso passou a ser um símbolo de *status*, e não apenas estar bronzeado durante as férias: assim se demonstram também seus meios de ter férias e ir esquiar no inverno e fazer viagens para fora do país. Por volta de 1980, o turismo em países longíquos também se tornou acessível para todos, e então as câmaras de ultravioleta e o bronzeamento em centros de estética se tornaram populares, todos já podiam passar o ano todo bronzeados – e com isso o bronzeado solar perdeu seu *status*. O ideal de beleza começou a mudar outra vez. Inicialmente a propaganda focava nos produtos que dessem à pele um bronzeado intenso; hoje em dia, o ideal veiculado é a proteção contra o Sol. Mas a pele bronzeada continua sendo moda – ela faz parte do tipo de beleza moderno, as pessoas esportivas.

Coco Chanel foi a primeira a desenhar roupas adequadas à mulher que praticava esportes e trabalhava. Chanel considerava, já por volta de 1920, uma imagem antiquada das mulheres ter a pele muito pálida – o que se devia às donas de casa estarem sempre abrigadas do sol, no recesso de seus lares.

O ideal de beleza do bronzeado do sol esclarece por que o marrom é tão apreciado como cor de vestimenta, embora seja tido como uma cor antipática: os que estão bronzeados e se vestem de marrom dão a impressão de estarem ainda mais bronzeados. Quem está muito branco e veste roupa branca parece ainda mais pálido. Aliás, o branco oferece um forte contraste aos que estão com a pele bronzeada, mas dá a impressão de que a pele está mais clara.

Com o ideal de beleza do bronzeado do sol, o marrom e o preto se tornaram cores apreciadas para as roupas de verão – algumas décadas antes isso pareceria totalmente inadequado, pois marrom e preto eram cores que se usavam apenas no inverno.

13. O marrom dos artistas: feito de sépia e de múmias

Quando as sépias são apanhadas, elas soltam um líquido preto castanho que é gerado por uma glândula, o caçador não consegue mais enxergar sua presa em meio à escura nuvem de cor e a sépia consegue escapar. À cor que se dissolve na água chamamos de “tinta”; a tinta produzida por esse molusco é chamada de “sépia”, que é também a designação zoológica do animal. A composição da tinta de sépia é desconhecida até hoje. Antigamente, esses moluscos eram postos no ar para secar, e assim o corante secava também. Como ele poderia ser reconstituído a qualquer momento pelo acréscimo de água, esse era um método simples para se obter tinta, ainda que a tinta que assim se obtinha fosse pálida e não resistente à luz. A tinta sépia existe até hoje nas cores de aquarela, mas se trata de uma cor artificial – a sépia verdadeira rescende penetrantemente a peixe.

Nos tempos de Goethe, a tinta feita à base de tintura de sépia, que variava do marrom ao cinzento, era excepcionalmente apreciada. Entre as pessoas cultas, se desenvolveu um forte modismo de fazer desenhos e pinturas à aquarela com sépia. O que mais se faziam eram desenhos de viagens – exatamente como as fotos de férias de hoje em dia. Goethe também pintava, durante suas férias na Itália, muitos desenhos com sépia. Os resultados, contudo, foram decepcionantes – e não apenas para Goethe, que logo deixou de lado seu sonho de fazer grandes criações também na pintura.

Os antigos egípcios empregavam ervas e resinas, e principalmente asfalto, para mumificar seus mortos. O asfalto é uma pasta de coloração marrom enegrecida que se encontra na terra ou no fundo dos mares; é constituído por petróleo evaporado. Os mortos – também animais mortos – eram recobertos por uma grossa camada de asfalto, e então enrolados em bandagem. O asfalto protegia as múmias da umidade, e ia aos poucos penetrando a carne e os ossos. E assim as múmias se conservaram por séculos. No século XIX, todas as sepulturas foram abertas – frequentemente a pretexto de estudos arqueológicos. Em busca de ouro escondido, todas as múmias foram desenroladas e fragmentadas. Finalmente, alguém teve a ideia de fazer dinheiro com o material amarronzado em que as múmias se haviam convertido: elas foram trituradas e pulverizadas, e o produto resultante foi vendido como pigmento para os pintores. Kurt Wehlte, professor de Belas Artes, afirma que, ainda por volta de 1925, se

vendia uma cor para os pintores que era chamada de “múmia autêntica” – essa cor havia mesmo sido produzida tendo como matéria-prima múmias verdadeiras. Nos pedaços que ainda não haviam sido moídos, podiam-se reconhecer ossos e veias. A cor era muito cara, e muito apreciada entre os pintores, não somente em virtude do tom cromático de um marrom muito intenso, mas também porque a cor tinha uma granulação extremamente fina, e com ela era possível se fazer, inclusive, um bonito verniz.

Porém, num certo ponto, começou-se a se sentir medo diante de uma cor produzida por tão bárbaro expediente: o medo da “maldição dos faraós”. Kurt Wehlte ainda pôde ver, numa fábrica de tintas, o modo como os restos de múmias eram queimados. Como tudo que é caro, as múmias pulverizadas foram vendidas também como medicamento.

A maioria das tintas marrons são tons de terra, como ocre e úmbria. Os tons de terra já eram utilizados nas pinturas ruprestres. Essas argilas são, em sua maioria, de um marrom amarelado, mas como contêm ferro, quando são queimadas se tornam marrom avermelhadas. Dessa forma, existe para o ocre, a úmbria e outros tons de terra uma variante amarela e uma vermelha, como o Siena amarelado e o avermelhado “Siena queimado”; a úmbria é também marrom amarelada, mas a úmbria queimada é marrom avermelhada.

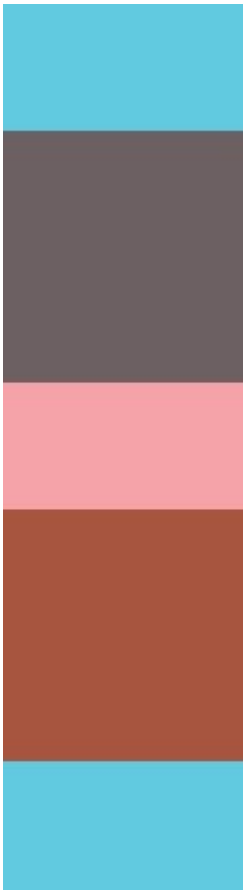
Na pintura moderna, costumam-se pintar as sombras com a cor azul ou violeta, mas antigamente eram utilizados tons marrons. No final do século XIX, quando o impressionismo ainda era uma corrente desprezada, existia na pintura tradicional a cor “asfalto”, um marrom profundo, também chamado de betume, extremamente popular. A cor asfalto era, para todos os que pintavam no estilo historicista, a cor mais importante. Quanto mais asfalto, tanto mais o quadro se assemelhava a uma pintura de Rembrandt. Nunca mais na história se utilizou tanto asfalto – e nunca mais tantas obras foram arruinadas por uma cor. O asfalto é um produto natural, um derivado do petróleo, e por isso se dissolve no óleo e penetra em todas as camadas de cor, transformando lentamente cada cor em marrom. Ele é também sensível ao calor, e quanto mais grossas as camadas de pintura, mais facilmente, com o passar dos anos, ele se solta da tela. Em compensação, os quadros dos impressionistas se conservaram até hoje quase sem rachaduras. Auguste Renoir definiu a pintura com asfalto como “o maior dos pecados da pintura”. Não era o preto que os impressionistas abominavam, era o marrom.

14. A pátina

Estamos acostumados a que as pinturas antigas tenham um tom pardacento, e acreditamos que tenha sido assim que foram pintadas em sua época. Mas não, esse tom escurecido nada mais é que o verniz que amarelou e ficou sujo. Se se retirar o verniz, os quadros irão resplandecer em todas as suas cores originais, vívidas e límpidas. A famosa obra de Rembrandt, a *Ronda noturna*, foi limpa em 1956 e se descobriu que Rembrandt não havia pintado nenhuma cena noturna – trata-se de um desfile em plena luz do dia. Para os especialistas, portanto, o quadro passou a se chamar *O desfile do capitão Coq.*

Durante muito tempo, era comum cobrir as pinturas com um verniz marrom, para que desse a impressão de ser muito antigo. Esse acabamento marrom era chamado de "pátina", conhecido também pelo nome de "tom de galeria" – hoje é pejorativamente chamado de "molho marrom". A diferença entre as cores recobertas por pátina e as cores originais se tornou manifesta de um modo impressionante, quando foram restaurados os afrescos de Michelângelo na Capela Sistina. Os tons da pele, anteriormente de um tom pardo acinzentado, se tornaram rosados; os tons de ocre das vestimentas revelaram-se como amarelo luminosos; e o cinzento transformou-se em azul. Essa explosão de cores pareceu aos conservadores surpreendentemente moderna, mas são as autênticas cores de Michelângelo → Fig. 97.

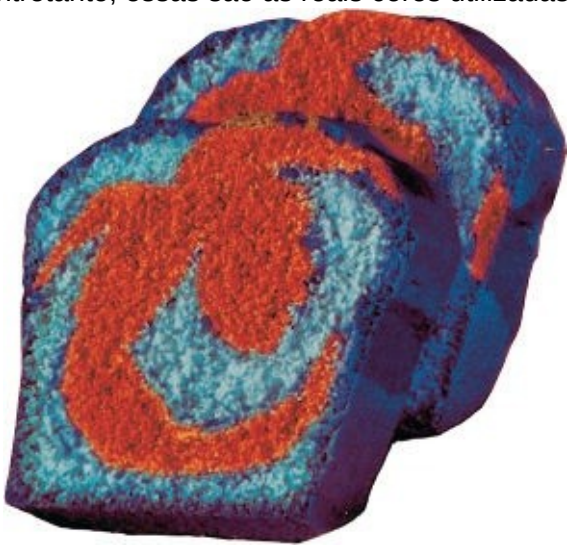
95 Mistura subtrativa de cores: quando se misturam cores materiais de tubos e potes, a mistura vai se tornando cada vez mais escura. As cores complementares, quando misturadas, resultam sempre na cor marrom. Se misturarmos as três cores básicas, vermelho, azul e amarelo, obteremos uma cor (quase) preta, pois cada cor que vai sendo adicionada absorve, ou seja, subtrai luz.



96 O marrom não é uma cor neutra, que combina com tudo. Em cima: um frio azul e um frio

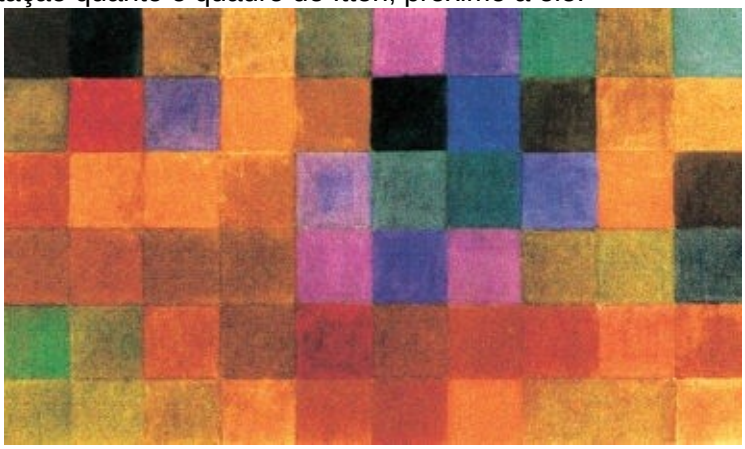
marrom; embaixo: laranja com um marrom quente. Tons quentes e frios uns ao lado dos outros não ficam harmoniosos, pois até ao lado de cores suaves se obtém um forte contraste.

97 Houve indignação entre os amantes da arte desavisados após a limpeza do afresco de Michelângelo no teto da Capela Sistina. Muitos haviam realmente imaginado que Michelângelo tivesse pintado Deus, os santos e até o céu em cores sujas. Eles consideraram a nova coloração clara um colorido *kitsch*. Entretanto, essas são as reais cores utilizadas por Michelângelo.



98 Falsa criatividade no bolo mármore. Ninguém gosta de cores controversas nos alimentos.

99 As cores de outono mais citadas na pesquisa. Este acorde cromático é tão claramente atribuível a essa estação quanto o quadro de Itten, próximo a ele.



100 As cores do outono, por Itten.

CINZA

Cor do tédio, do antiquado e da crueldade.

Os testes psicológicos com cores e a Teoria das Cores de Goethe.

Quantos tons de cinza você conhece? 65 tons de cinza 1. A cor sem caráter

2. A cor de todos os sentimentos sombrios
3. A cor do inamistoso
4. A cor da teoria
5. O terrível, o cruel e o insensível
6. As zonas cinzas do secreto
7. Insensível ou daltônico?
8. O que os testes com cores revelam sobre o caráter?
9. A cor da velhice
10. A cor do esquecimento e do passado
11. O cinzento dos artistas: o crisalho
12. A cor dos pobres e da modéstia
13. A cor dos inferiores e do grosseiro
14. Os vestidos das *grisettes*
15. A mediocridade desejada: a moda cinzenta dos homens
16. Goethe *versus* Newton: a metafísica contra a física
17. A influência de Goethe no gosto dos alemães
18. A aversão que os pintores têm à teoria

Quantos tons de cinza você conhece? 65 tons de cinza

Por exemplo, cinza quente e cinza frio: para o artista, essa diferenciação é muito importante – o cinza quente é o cinza avermelhado, o cinza frio é azulado. Misturem-se duas cores complementares, como amarelo e violeta, acrescente-se branco, obtém-se o cinza, que contém cores quentes e frias; esse é o cinza neutro.

Tantas coisas na natureza são cinzentas, é especialmente cinzenta a cor do tempo nublado, em todas as suas variações. Correspondentemente, existem muitas palavras que exprimem tons de cinza na linguagem coloquial e, ainda mais, no lirismo.

Denominações coloquiais das descrições dos tons de cinza e as cores artísticas: Antracito *Cendré*

Cinza aço Cinza alumínio Cinza alvorada Cinza amanhecer Cinza amarelado Cinza ardósia Cinza areia Cinza asfalto Cinza atmosfera Cinza azulado Cinza baleia Cinza basalto Cinza bege Cinza *beton*

Cinza cadavérico Cinza cáqui Cinza chumbo Cinza chuva Cinza cimento Cinza claro Cinza de novembro Cinza de Paynes Cinza de reciclagem Cinza elefante Cinza esbranquiçado Cinza escuro Cinza esverdeado Cinza ferro Cinza flanela Cinza frio Cinza fumaça Cinza grafite Cinza inverno Cinza lobo Cinza *loden*

Cinza metálico Cinza mofo Cinza neblina Cinza neutro Cinza nuvens Cinza oliva Cinza pálido Cinza pastel Cinza pedra Cinza pérola Cinza platina Cinza poeira Cinza pombo Cinza prata Cinza quartzo Cinza quente Cinza rato Cinza salsicha de fígado Cinza seixo Cinza suave Cinza sujeira Cinza tempestade Cinza tenda Cinza trapo Cinza triste Cinza uniforme Cinzento das cinzas Sépia

1. A cor sem caráter

Dentre os homens, 1% citou a cor cinza como preferida e 13%, como a cor menos apreciada. O cinza não foi citado pelas mulheres como cor preferida; para 14% cinza é a cor de que menos gostam. Chamou nossa atenção que, quanto mais idade os entrevistados tivessem, menor sua apreciação pelo cinza. Das pessoas abaixo dos 25 anos, 10% citaram o cinza como cor menos apreciada; dentre os acima dos 50 anos, o número subiu para 20%.

O cinza é uma cor sem força. No cinza, o nobre branco está sujo e o poderoso preto está enfraquecido. O cinza não é o meio-termo dourado, é simplesmente medíocre. O cinza é o velho, sem nenhum embelezamento.

O cinza é conformista, ele vai com tudo – se em tons claros ou escuros, isso dependerá mais da cor da qual estará cercado do que do tom de cinza propriamente falando. Dependendo das circunstâncias, o mesmo tom de cinza terá um efeito ora claro, ora escuro → Figuras 102 e 105.

Essa capacidade de se modificar da cor cinza fica patente ao revelar quão problemáticas são aquelas pesquisas em que se apresentam amostras aos consultados. Por exemplo, ao perguntarmos sobre a cor do inamistoso, se apresentarmos apenas um cinza claro como amostra, muitos se decidirão pelo preto ou pelo azul-escuro; porém, de modo espontâneo, sem apresentação de amostras de cores, as mesmas pessoas considerariam a cor cinza como a mais adequada. Quando se apresentam amostras às pessoas que estão sendo consultadas – digamos que em relação a cem conceitos – durante uma pesquisa, teoricamente seriam necessárias, para cada cor, cerca de cem amostras com nuances de cores – pois é possível que alguns dos entrevistados escolham, para os cem diferentes conceitos, várias nuances de uma só cor, por serem muito afetados por ela. Naturalmente esse caso é improvável. É certo, contudo, que em relação aos conceitos → velho, → mediocridade, → tedioso, muitos escolheriam diferentes tons de cinza. Embora a diferença de tons seja menor, em seu efeito, do que a influência das demais cores associadas a um mesmo conceito. O cinza acompanhado de amarelo – colorido da insegurança – atua de modo completamente diferente do cinza ao lado do marrom – acorde do tedioso, do aborrecido – ou do cinza acompanhado de azul – acorde da reflexão.

Quem cita o cinza como cor predileta, ou quem o rejeita, não está pensando

na cor propriamente dita, mas nos sentimentos que se relacionam a ela.

Pode-se perguntar com razão: o cinza é uma cor? Teoricamente se trata de uma cor acromática, tal qual o branco e o preto. Psicologicamente essa cor é, dentre todas, a mais difícil de se apreender: o cinza é fraco demais para ser considerado masculino, mas ameaçador demais para ser feminino. Não é quente nem frio. Não é mental nem material. Nada é decisivo no cinza, tudo nele é vago. O cinza é a cor sem caráter.

2. A cor de todos os sentimentos sombrios

O entediante / o chato: cinza 50% · marrom 18% · preto 8%
A solidão / o vazio: cinza 34% · preto 28% · branco 16% · azul 9%

Quatro “Mulheres Cinzentas” visitam o velho Fausto, na tragédia de Goethe; Fausto já viveu de tudo, mas ainda assim não quer morrer. As quatro mulheres cinzentas tentam engajá-lo na morte – são elas: “Ansiedade”, “Privação”, “Culpa” e “Miséria”.

Cinza é a cor de todas as adversidades que destroem a alegria de viver. Os dias de carnaval terminam com quarta-feira de cinzas. Nesse dia o sacerdote traça, com cinzas, uma cruz na fronte do penitente. Nos Estados Unidos, são chamadas de “áreas cinzentas” (“*gray areas*”) as regiões onde o desemprego é especialmente alto. Os que se preocupam adquirem uma expressão cinzenta no rosto – e os cabelos ficam grisalhos, às vezes da noite para o dia. A expressão “não vá ficar de cabelos brancos” equivale a dizer “não se preocupe”. Esse provérbio é internacional, como todos os ditados que se relacionam a fenômenos naturais.

As plantas cujas folhas são cinzentas se tornam símbolos da tristeza. O chorão não apenas deixa pender suas folhas – elas também são cinza. Os ramos e coroas do cinza alecrim eram, antigamente, enfeites típicos de jazigos. Na Idade Média, o alecrim era a planta do “amor enganado”.

Toda cor que se mistura ao branco ou ao preto fica turva, sombria. Existe o cinza azulado, avermelhado e amarelado – mas não existe o cinza luminoso. Os contrários psicológicos mais fortes do cinza são o amarelo e o laranja, cores da luminosidade e da alegria de viver. Cinza-amarelo-laraja é uma combinação percebida como provocativa, algo imprópria – e essa combinação de cores não foi encontrada em nenhum dos conceitos.

3. A cor do inamistoso

O inamistoso / o hostil: cinza 28% · preto 22% · marrom 20%
O feio: cinza 25% · marrom 25% · preto 19% · violeta 8%

Chuva e névoa, nuvens e sombras são da cor cinza. Quando o sol não brilha, quando o céu está cinzento, o mar fica cinzento também, a água toma reflexos azulados somente sob o sol. Sem o sol, as montanhas também ficam cinzas. Cinza é a cor de tudo sob o mau tempo. As pessoas cujo bem-estar depende do tempo tendem a realçar o mau humor que sentem com os dias chuvosos, fazendo uso de impermeáveis e roupas cinza. No tempo encoberto, vestimenta cinza. O cinza é uma cor → do frio e → do inverno. Um vestido de verão em cinza parece contraditório; quem usar cinza no verão passará uma impressão de desanimado e triste.

Existem também os “tempos cinzentos”, expressão que se usa em sentido figurado. O “cotidiano cinzento” ou a “rotina cinzenta” são sombrios e aborrecidos também nos dias de sol. A cor do tempo hostil passa a ser, em sentido figurado, a cor do inamistoso.

Cinza-preto-marrom é o acorde do feio, do repelente, do hostil, → do antipático, do mau – tudo o que é ruim se agrupa aqui.

4. A cor da teoria

A reflexão: cinza 26% · azul 21% · branco 15% · preto 11% · marrom 9%

A insegurança: **cinza 32%** · amarelo 18% · rosa 15% · marrom 10% · branco 10%

A cor da reflexão é a cor da teoria. Na substância cinzenta do cérebro jaz a compreensão. Hércules Poirot, o famoso detetive dos romances de Ágata Christie, confiava em suas "pequenas células cinzentas". As teorias são, em sua maioria, indesejadas, por isso são sempre tão citadas as palavras de Mefilstófiles a Wagner, o estudante preguiçoso: "Caro amigo, cinzenta é toda teoria, e verde é a árvore dourada da vida."

As publicações altamente especializadas e as teses de doutorado constituem a "literatura cinza". Os temas tratados na literatura cinza são tão especializados que não têm interesse para os leigos, e não se encontram nos catálogos normais das bibliotecas, apenas nos "catálogos cinza".

O cinza combina-se ao azul no acorde da reflexão, e é revalorizado por isso. O acorde azul-branco-cinza encontra-se também → na ciência e → na objetividade, e essa é a atuação mais positiva do cinza.

No acorde da insegurança, o cinza aparece ao lado do amarelo da falsidade, do rosa da ingenuidade e do marrom da burrice. Um acorde em que cada uma das cores mostra sua pior face – aqui o cinza encontra seu efeito mais negativo.

5. O terrível, o cruel e o insensível

A insensibilidade / a indiferença: cinza 32% · preto 16% · branco 16% · prata 10% · marrom 8%

Em alemão, a própria língua denota o aspecto malévolo do cinza: o cinza (*Grau*) gera *Grauen* (o terror, o horror) e *Grausen* (cruel). Uma *gräulischer Mensch* em linguagem antiga é o mesmo que um *grässlicher Mensch* (pessoa execrável). "*Man graut sich*" (a pessoa se horroriza) diante das *Grauenhaften* (atrocidades). *Grus* é como se chama a pedra moída e o pó de carvão – massa cinza, sem forma – mesmo que sejam apenas nuvens de poeira – é *gruslig* (assustador).

No mundo dos espíritos, existe uma hierarquia da perdição, cujos graus se reconhecem pelas cores: os espíritos que ainda podem ser redimidos vagam por aí em mortalhas brancas, os demônios são pretos. Os que se vestem de cinza, tendo também a pele cinza, são os seres do mundo intermediário, do limbo. Os cinzentos não estão condenados à danação eterna, mas condenados a trabalhar eternamente, eles são os elfos do bem, duendes e gnomos, que no cinzento anoitecer saem de suas tocas e trabalham até o cinzento amanhecer. Os *goblins* pagãos, gnomos e *trolls* são também referidos em alguns lugares como "homenzinhos cinzentos". Esses são os seres do reino das sombras – o horror (*Grauen*) em sentido real, que causa um terror (*Grauen*) incompreensível.

O cinza é insensível, pois não é nem branco nem preto, nem sim nem não. Os sentimentos, assim como as cores, são destruídos pelo cinza: por isso o cinza é cruel (*grausam*).

6. As zonas cinzas do secreto

"À noite todos os gatos são pardos" (em alemão se diz que são "*grau*", cinzentos) – o sentido desse provérbio significa: desde que ninguém saiba de algo, ninguém é castigado. No sentido jurídico, uma "zona cinzenta" significa o campo difuso entre o que ainda é permitido e o que já é proibido. Quem age nas zonas cinzentas se utiliza das lacunas que existem nas leis. O "mercado cinza" não é tão ilegal quanto o "mercado negro", onde se vendem mercadorias cujo comércio é ilegal; no mercado cinza as normas sobre o comércio e os preços são eludidas.

Uma "eminência parda" ("*graue Eminenz*" em alemão, "*gray eminence*" em inglês, "*éminence grise*" em francês) é uma pessoa com poderes secretos, cercada por uma aura de mistério. É alguém que oficialmente não responde por nada, mas que em segredo toma todas as decisões. Com uma expressão menos elegante, se diz também que essa pessoa é quem "mexe os pauzinhos", manipulando os demais feito fantoches ou marionetes. A primeira "eminência cinza" da história foi o barão François le Clerc duTremblay (1577-1638). Ingressou no monastério contra a vontade de sua família e, convertido em frade capuchinho, cujas vestes eram cinzentas, chegou a ser conselheiro íntimo do cardeal e político Richelieu. O barão Le Clerc era sabidamente o governante secreto da França.

Tudo quanto é secreto serve de chamariz ao mal. Todos os sentimentos mantidos em segredo se tornam cinzentos. O cinza é uma das cores → da avareza e → da inveja.

No mundo animal, o cinza é a cor preferida para a camuflagem. Muitos animais são cinzentos, sobretudo os noturnos. Todos os animais que voam durante a noite – corujas, morcegos, mariposas, mosquitos – são cinzentos. Os maiores animais da terra, o elefante e a baleia, também são cinza. Até o tamanho se torna invisível com o cinza – quase ninguém descreverá uma baleia como uma "enorme ratazana cinzenta", mas essa é a cor da baleia. Nossas denominações das cores são sempre norteadas pelo que parece mais adequado.

7. Insensível ou daltônico?

O cinza simboliza falta de sensibilidade ou, pelo menos, sentimentos inacessíveis.

O que significa quando alguém cita o cinza como sua cor favorita? Pode, naturalmente, se tratar de uma personalidade fechada, introvertida, até mesmo cruel. Apesar de que antes de se analisar o caráter de uma pessoa é preciso analisar sua situação.

Um dos poucos homens que, na pesquisa deste livro, citou o cinza como sua cor predileta tem a profissão de pedreiro. Será que sua cor predileta é a cor de sua amada profissão? Os demais aficionados do cinza eram todos da área da informática.

Qualquer um pode escolher o cinza por estar de luto. Em períodos de luto não existem cores prediletas. Então o cinza é a expressão do luto, não do caráter.

Mas também é possível que o aficionado em cinza seja daltônico. Cerca de 5% da população são daltônicos – além do mais, a denominação é equívoca, pois a maioria dos daltônicos pode ver as cores, só tem dificuldade em relação a algumas. Cegueira total em relação às cores, em que se pode enxergar apenas gradações de claro-escuro, é extremamente rara, existem apenas cerca de quatro pessoas em cada milhão. Essas pessoas enxergam o mundo como um filme em branco e preto mal iluminado, contudo, mesmo assim elas conseguem se orientar, em vez de cores elas enxergam a luminosidade ou a escuridão das coisas. Se pedirmos a uma pessoa totalmente cega para as cores que ordene cartelas coloridas de acordo com a luminosidade, o resultado é que uma cartela vermelha será escalonada como mais clara que uma amarela – o que causa espanto aos que enxergam cores, pois esses sempre consideram a cor amarela mais clara que a vermelha.

Dos 5% da população que, ao se submeterem a testes visuais para tirar carteira de motorista, são considerados daltônicos, a maioria não consegue distinguir entre o vermelho e o verde. O daltonismo dessas cores, de origem genética, é encontrado em 4% dos homens e somente 0,4% das mulheres. Existem dez vezes mais daltônicos homens que mulheres. A outra forma de daltonismo é a que afeta a visão do amarelo e do azul, e é muito rara.

Os daltônicos que não distinguem o vermelho do verde conseguem distinguir

bem entre o amarelo e o azul, porém as coisas verdes e vermelhas são percebidas às vezes – não sempre – como uma mesma cor, pardacenta. Mas nos daltônicos a percepção é também determinada por um conhecimento prévio. Esses daltônicos sabem perfeitamente que uma gota de sangue é vermelha e que a vegetação é verde. Eles afirmam enxergar que um batom para lábios e um esmalte de unhas são nitidamente vermelhos; entretanto, não tente surpreender um daltônico mostrando a ele um batom ou um esmalte na cor verde: ele não irá enxergar o verde, pois não sabia de antemão de que cor eram esses artigos.

Os daltônicos que não diferenciam entre o vermelho e o verde não têm problema nenhum com os semáforos: a luz vermelha, para eles, é mais clara que a verde, e eles sabem que o verde sempre está em cima. Só entre pilotos de aeronaves não podem existir daltônicos, pois seria demasiadamente perigoso confundir telhados vermelhos com pistas verdes. Na vida cotidiana, os daltônicos quase não enfrentam problemas, por isso é comum acontecer de sua deficiência não ser descoberta até depois de certo tempo. Alguns contam que as crianças riam deles porque, quando iam colher morangos, colhiam também os verdes, que não estavam maduros.

O olho e o cérebro são completamente dependentes um do outro. Se, em consequência de um acidente, for danificado o centro da visão no cérebro, ainda que os olhos estejam em perfeitas condições, a pessoa ficará cega. Quanto mais se investiga até que ponto nossa percepção depende do que esperamos ver, mais crítico nos tornamos em relação aos presumidos efeitos inexplicáveis das cores. Só vemos o que sabemos existir – ainda que, frequentemente, saibamos mais do que vemos.

E, naturalmente, existem também motivos psicológicos para se ter o cinza como cor favorita. Será que algum teste psicológico seria capaz de nos revelar as verdadeiras causas dessa preferência?

8. O que os testes com cores revelam sobre o caráter?

Existem testes que utilizam cores e que, supostamente, seriam capazes de analisar o caráter de uma pessoa, com base apenas nas cores que ela prefere e nas que menos lhe agradam. Muitos fizeram esses testes e ficaram entusiasmados com os interessantes resultados que obtiveram – quando se submeteram voluntariamente a eles. Já os que se submeteram a esses testes de maneira forçada, por exemplo para conseguir um emprego, não chegaram a ficar a par dos resultados – e assim, ao serem rejeitados, criaram dúvidas perpétuas sobre seu próprio, evidentemente insatisfatório, caráter.

O mais conhecido teste baseado em cores é o teste de Lüscher, que só foi publicado em 1948, pelo psicólogo suíço Max Lüscher. O teste consiste em oito cartelas em azul, vermelho, verde, amarelo, violeta, cinza, marrom e preto. Elas devem ser ordenadas por ordem de preferência. Isso é tudo. Lüscher escreveu a respeito: “O teste é atraente, pode ser executado rapidamente e as pessoas não se dão conta de que ‘vão fazendo revelações acerca de si mesmas conforme vão escolhendo as cores.’ Talvez eles revissem suas escolhas, caso soubessem quão revelador o teste verdadeiramente é.”[16]

E uma afirmação de Lüscher que muitos acharam surpreendente: o teste poderia ser aplicado inclusive em daltônicos.

Segundo as promessas do autor, a partir desse teste poderiam ser descobertas estruturas ocultas da personalidade das pessoas – inclusive tendências criminosas. Médicos poderiam, por intermédio do teste, reconhecer doenças que iriam de problemas cardíacos até estomacais. O teste deveria possibilitar, também aos conselheiros matrimoniais, muitos conhecimentos ocultos. Pedagogos poderiam descobrir as causas de problemas escolares, chefes de seleção de pessoal escolheriam bem os candidatos aos postos. O que é que acontece ao aplicarmos esse teste, tão revelador?

Cada uma das oito cores simboliza um domínio sentimental, e suas atribuições correspondem de maneira totalmente tradicional à simbologia cromática: O vermelho simboliza atividade, dinamismo, paixão.

O azul simboliza harmonia, satisfação.

O verde simboliza a capacidade de se impor e a perseverança.

O amarelo simboliza o otimismo e a ambição em progredir.

O violeta simboliza vaidade e egocentrismo.

O marrom simboliza as necessidades físicas, a sensualidade, o comodismo.

O cinza simboliza neutralidade.

O preto simboliza negação e agressividade.

A série das cores, ordenadas de maior a menor preferência, é interpretada segundo quatro categorias: 1ª + 2ª cores: simbolizam os objetivos da vida da pessoa que faz o teste; 3ª + 4ª cores: simbolizam a situação atual de vida da pessoa; 5ª + 6ª cores: simbolizam tendências latentes, no momento reprimidas; 7ª + 8ª cores: simbolizam sentimentos que vêm sendo totalmente negados.

As cores são interpretadas do seguinte modo: Azul em 1º + 2º lugar = luta por harmonia; azul em 3º + 4º lugar = simboliza uma condição já alcançada de harmonia; azul em 5º + 6º lugar = o desejo por harmonia não é percebido como realizável no momento; azul em 7º + 8º lugar = o desejo por harmonia está reprimido.

Vermelho em 1º + 2º lugar = simboliza o desejo por atividade; vermelho em 3º + 4º lugar = atividade em ação; vermelho em 5º + 6º lugar = atividade remprimida; o vermelho em último lugar – o das cores menos apreciadas – significa renúncia a qualquer tipo de atividade.

O verde no início simboliza o desejo por autoafirmação; nas posições 3º e 4º lugares significa autoafirmação já conquistada; em 5º e 6º lugares, necessidade de se adaptar; nas últimas posições, o verde significa o contrário da autoafirmação, ou seja, dependência.

A interpretação do amarelo varia segundo o mesmo esquema, indo de um sentimento de otimismo até o medo de se decepcionar.

Preto, cinza, marrom e também o violeta são, no teste de Lüscher, consideradas cores predominantemente negativas – seguindo exatamente a simbologia tradicional das cores. Se essas cores negativas não forem apreciadas, o significado é positivo. Caso contrário, o significado é negativo.

Quem apontar a negativa cor preta como sua cor preferida, isso significa desejo de agressão; no meio, significa que essa agressão já foi vivida; em seguida, agressão reprimida; o preto como cor menos apreciada significa que a agressividade foi refutada.

Quanto ao violeta, a transformação de negativo em positivo é semelhante: como cor predileta, simboliza vaidade; em posição intermédia, significa sensibilidade; mais adiante, capacidade empática; como cor derradeira, pouca capacidade empática.

O marrom como cor preferida significa desejo de satisfazer as necessidades

físicas; como cor menos apreciada, significa a renúncia às necessidades corporais.

O cinza como cor predileta: limitação; como cor preterida: predisposição ao contato.

O teste de Lüscher gozou de grade aceitação, porém a psicologia científica se mostrou cética e finalmente descartou esse teste, como, de modo geral, qualquer teste com cores. Porque, segundo o teste de Lüscher, existem muito poucos caráteres diferenciados: a maioria escolhe o azul, o vermelho ou o verde como cores favoritas, e o marrom e o cinza são as cores preteridas. Certamente, sobra pouco espaço para a individualidade.

E, ainda que a cor predileta pudesse revelar tanto sobre o caráter de uma pessoa, segundo esse esquema, os que assinalam o vermelho como cor favorita e colocam o violeta em segundo lugar têm o mesmo caráter daqueles cuja cor favorita é o violeta, colocando o vermelho em segundo lugar; pois as cores são interpretadas por cores.

A crítica da psicologia científica começa por um ponto ainda mais importante: as interpretações são tão vagas que é impossível distinguir entre o que é verdadeiro e o que é falso.

Os que assinalam o vermelho como cor predileta desejam para si uma vida ativa – mas isso qualquer pessoa quer. Em que domínio e de que modo uma pessoa quer atividade, isso a escolha da cor não é capaz de revelar. O azul significa harmonia e satisfação – mesmo depois disso, as pessoas se esforçam. Ninguém deseja para si uma vida cheia de raiva e insatisfação. A afirmação: “A pessoa deste teste se empenha por mais harmonia” é verdadeira sempre: todos são capazes de assinalar um setor em que gostariam de estar mais satisfeitos – na vida privada, na vida profissional ou em relação à política. As poucas pessoas que não gostam do azul são confrontadas com a interpretação “medo de ser dependente” – essa também é uma afirmação que se aplica a todos. Esse tipo de assertiva não é confiável cientificamente, pois não há possibilidade de se comprovar o oposto ao afirmado.

O teste de Lüscher só é capaz de fornecer resultados caso a pessoa testada possa dar esclarecimentos acerca do que quis dizer com suas respostas. Os que se submetem ao teste, e fazem sua própria interpretação a respeito, certamente serão encorajados a refletir melhor sobre os problemas. Quem faz o teste com um parceiro logo descobrirá como o caráter genérico das afirmações acaba por se tornar um problema. Normalmente, ambos os parceiros se esforçam para conquistar uma harmonia, porém têm idéias diferentes sobre como essa

harmonia pode ser alcançada. Se um dos pareceiros deseja ter filhos e o outro não, então não existe um caminho harmônico intermediário para os dois.

Embora atualmente os testes com cores estejam fora de moda, eventualmente eles ainda são aplicados pelas empresas, e quase sempre por pessoal não qualificado. Como se comportar então? Naturalmente a pessoa poderá se recusar a submeter-se ao teste; no entanto, essa é uma estratégia de perdedor, quando estamos concorrendo por uma posição. Temer o resultado de testes como esse é desnecessário, pois os que conhecem os critérios com que eles serão avaliados serão capazes de não dar nenhuma resposta errada.

Mais importante do que a escolha das cores é o comportamento que se tem quando se está escolhendo. Existem pessoas que levam um tempo absurdo para fazer suas escolhas, hesitam, voltam atrás e afinal ainda não estão seguras em relação ao que escolheram. Os que se comportam assim obviamente não se adequam a posições em que as decisões devem ser tomadas rapidamente. “Medroso e indeciso” será a avaliação que essa pessoa receberá – independentemente das cores que tiver escolhido.

Outros dispõem as cartelas coloridas sem nenhuma hesitação, demonstrando de maneira inequívoca que encaram aquela possibilidade como a única possível. Na avaliação, ele constará como: “intransigente, incapaz para o trabalho em equipe”. Quando a pessoa que estiver aplicando o teste perguntar se o examinando é capaz de visualizar uma outra maneira de dispor as cartelas, a pessoa deverá, após uma breve reflexão, inverter a ordem de algumas cartelas adjacentes. Essa atitude sinalizará sua disposição para trabalho em regime cooperativo, e nada além disso. Pois verdadeiramente decisivos serão os comentários que o examinando fará ao escolher as cores. É somente com base nisso que o examinador obterá dele as reais informações.

Quem comentar, ao se deparar com as sequência azul-vermelho-verde-amarelo-preto: “Quando vejo azul penso em coisas distantes, férias... o vermelho me sugere amor... já o verde me faz pensar em campos de golf... e o amarelo no sol, nas praias... e o preto me faz pensar em dormir”, estará manifestando que prefere não pensar em trabalho. Quando outro candidato fizer os seguintes comentários, a respeito da mesma sequência: “O azul me sugere confiança, concentração... o vermelho atividade, engajamento... o amarelo me traz um otimismo de que as tarefas poderão ser cumpridas... já o verde me transmite uma segurança em relação ao local de trabalho... o preto me faz pensar em ‘números pretos’ (na contabilidade são os números dos créditos, em contraposição aos vermelhos)”, essa pessoa terá muito mais chances de conseguir a posição.

O mais importante, sempre, são os critérios com que se avalia. O amarelo pode ser analisado como cor de otimismo, mas poderá também ser rejeitado, por sugerir um caráter de urgência – e por simbolizar ciúme e inveja – apesar de que é melhor não nomear muitas características negativas, pois essas poderão facilmente serem atribuídas ao entrevistado. É possível associar ao amarelo doenças da vesícula – isso em geral também não causa muito boa impressão. Pode-se também associar o amarelo ao dinheiro, o que pode, às vezes, surtir o efeito desejado.

A sequência ideal, segundo Lüscher, na qual cada cor está associada a seus sentidos mais positivos: azul-vermelho-verde-amarelo-violeta-cinza-marrom-preto.

Mas tanto faz a sequência que será escolhida, pois quem conhece a simbologia das cores encontrará sempre as coisas ideais a dizer sobre elas.

Existem outros testes cromáticos com maior variedade de cores. Além do já citado teste de Lüscher, existe o seu teste clínico, de 1948, em que são oferecidas 25 cores que o testando deverá combinar de diversas maneiras. Há ainda o teste de Frieling, de 1961, que tem a pretensão de revelar caráter e destino com base em cartelas de 23 cores. Aqui as cores devem ser escolhidas e combinadas umas às outras, primeiramente sobre um fundo claro e depois sobre um fundo escuro. Em vez da sequência de cores é interpretada a escolha: por que o analisado não escolhe nunca o amarelo? Por que tanto vermelho? Naturalmente, também aqui o comportamento do testando fornecerá informações: a pessoa tende a fazer suas escolhas com confiança, ou hesitando? As decisões são reconsideradas? Os resultados decisivos, aqui também, serão fornecidos pelo testando a partir de seus esclarecimentos.

Acontece com muitas pessoas de a situação de estar sendo testado exercer maior influência sobre sua escolha de cores do que todas as particularidades de seu caráter. Faz uma diferença fundamental se uma pessoa se submete a um teste por livre e espontânea vontade ou por imposição. Todos são bem capazes de avaliar quais são as consequências de se estar sendo submetido a um teste. Quando as interpretações são discutidas em âmbito privado, a pessoa fica mais aberta do que diante de uma autoridade que está envolta numa aura de “especialista em psicologia profunda”. Caso a carreira futura também dependa muito do teste, muitos considerarão necessário ocultar seus sentimentos.

Nas pesquisas conduzidas pelo próprio Lüscher com vistas a desenvolver seu teste, ele citou uma porcentagem fora do normal de entrevistados, por volta dos 15%, que citou o cinza como cor predileta. Aqui isso tem o significado de que os

entrevistados participaram da pesquisa de modo não voluntário e que queriam ocultar sua antipatia pelo teste. Essa antipatia é particularmente forte entre as pessoas que não acreditam em testes baseados em cores. Os resultados de Lüschen envolvem apenas jovens estudantes do sexo masculino entre os vinte e os trinta anos, sendo assim, de qualquer modo, não representativos.

Os que desejarem ocultar seus sentimentos num teste não devem, de todo modo, escolher o cinza como cor preferida. Pois a consequência disso é que lhes será feita a pergunta: “Por que você oculta seus sentimentos?” Uma imputação que produz a sensação de se ter sido apanhado. Como justificativa, a pessoa acusada acaba por oferecer a informação de que o testador necessita – além de a tentativa de sabotagem ser registrada com uma conotação negativa. E os que revelarem que não acreditam em testes baseados em cores não serão nunca avaliados positivamente, pois os que aplicam esse tipo de teste acreditam nele.

Conclusão: o medo de que sentimentos secretos possam ser descobertos por um teste de cores é desnecessário. Um teste baseado em cores revela apenas o que uma pessoa estiver disposta a contar sobre si mesma, as cores funcionam apenas como deixas. Quem conhece o simbolismo das cores poderá usar esse conhecimento em prol de seus interesses.

Sugestão: essas informações podem ser testadas também sob a forma de um jogo. Quando se está em companhia da família e de amigos, pergunta-se: “Se eu fosse uma cor, que cor eu seria?”, “E como vocês fundamentam essa escolha?”, “E de que cor vocês se veem a sim próprios? Por acaso essa é a sua cor favorita?”

9. A cor da velhice

A velhice: cinza 42%· marrom 20% · prata 10% · preto 10%

"Velho e cinza", essa é uma associação internacional. Sua origem é óbvia: tanto faz se a pessoa é loira ou morena, na velhice todos ficam grisalhos. O cinza transparece também na palavra *Greis* (velho, em alemão), assim como nossa palavra *grisalho* – todas elas vêm do francês *gris.*

"In Ehren ergrauen" é uma antiga expressão alemã que significava "envelhecer (= ficar grisalho, *ergrauen*) com dignidade, levar uma vida sem escândalos, ilibada". Hoje em dia isso significa frequentemente apenas que alguém conserva com dignidade seus cabelos grisalhos, sem tingi-los.

"Besser graues Haar als gar kein Haar" ("mais vale ter cabelos grisalhos do que não ter cabelos"), os alemães costumam se consolar assim desde o medievo.

"Diante de uma cabeça grisalha, deves te levantar e prestar honras à velhice", ordenou Moisés. O grisalho equivale a experiência, respeitabilidade e sabedoria.

Na Alemanha, existe uma associação que defende interesses comuns de idosos chamada "Panteras Grisalhas"; mais do que sugerir respeitável sabedoria, seu animal-símbolo sugere melhor uma juventude incansável.

Como cor da velhice, o cinza é também a cor → do antiquado.

10. A cor do esquecimento e do passado

O tempo fica difícil de se identificar no crepúsculo. Quem, por exemplo, chega de uma longa viagem e, esgotado, vai se deitar ao meio-dia, ao acordar e ver o crepúsculo não sabe dizer se está anoitecendo ou raiando o dia.

No princípio, o mundo era uma noite sem forma de neblina cinzenta. A primeira ação de Deus foi separar a luz da escuridão, criando o dia e a noite. O cinza é a distância indeterminada, na qual o homem pensa sem saudade. Em contraposição ao idealizado "passado dourado", as "brumas do tempo" são tempos de escuridão. "Costumes cinzentos" são costumes bárbaros.

Os "senhores grisalhos", na novela de Michael Ende, *Momo*, roubaram o tempo. Desse modo, também na linguagem contemporânea a simbologia antiga retorna, permanecendo viva.

Poeira cinzenta e rocas de fiar são símbolos do esquecido. As cinzas simbolizam as coisas destruídas.

11. O cinzento dos artistas: o crisalho

Crisalho vem do francês *crisaille*, é uma maneira de se pintar cujo colorido é feito totalmente em tons de cinza. Essa técnica do cinza sobre cinza foi chamada também de “pintura em cores mortas”.

Os cinzentos monges cistercienses não admitiam nada de colorido em suas igrejas, nenhuma vidraça colorida – achavam que a luz colorida causava prejuízos à adoração. Desse modo, paredes e janelas das igrejas foram ornamentadas com pinturas totalmente em tons de cinza.

Os artistas diferenciavam entre o “cinza quente”, “cinza frio” e “cinza neutro”. O cinza quente continha vermelho, o cinza frio não; o cinza neutro era composto de duas cores complementares, além do acréscimo de branco – continha, portanto, elementos cromáticos quentes e frios → Fig. 101. Cinza sobre cinza – não se tratava apenas de um contraste entre o claro e o escuro. Nele também era possível o contraste entre tons cromáticos quentes e frios.

Pinturas feitas em crisalho parecem, à primeira vista, esculpidas em pedra. Giotto usou essa técnica por volta de 1310, na Capela de Arena, em Pádua, na obra *Os sete vícios*: *Desespero, Inveja, Incredulidade*, *Injustiça, Ira, Inconstância, Insensatez.* Cinza é a cor que combina com tudo que há de mau.

A obra mais famosa pintada em cinza sobre cinza é o quadro *Guernica* (1937), de Pablo Picasso. Guernica é uma cidadezinha do Norte da Espanha, cuja população, durante a guerra civil comandada pelo general Franco, foi totalmente dizimada por bombas lançadas de aviões. O quadro retrata as vítimas do assassinato em massa.

12. A cor dos pobres e da modéstia

A modéstia: cinza 28%· branco 22% · marrom 16% · rosa 10%

No antigo alto alemão, *griseus* significa não apenas cinzento, mas também humilde e insignificante. A indumentária cinza era – assim como a marrom – originalmente somente roupas não tingidas. Nas crônicas do imperador Carlos Magno, as roupas dos camponeses são descritas como cinzentas, ou seja, feita de tecidos sem tingimento. “Grandiloquência e tecido cinzento custam pouco”, diz um ditado alemão. As freiras e o frades fazem três votos: pobreza, obediência e castidade. As diferentes ordens fazem diferentes interpretações do que é a pobreza: há ordens que permitem a seus membros todo tipo de posses; outras que não permitem a posse de terras, mas sim de bens móveis; e há algumas que proíbem todo tipo de posse. Entre essas últimas, as de pobreza absoluta, estava a Ordem dos Capuchinhos e a dos Cistercienses. Seus membros vestiam hábitos cinzentos.

O manto de Cristo, a Rocha Sagrada, é cinza. Os peregrinos usavam cinza. O caminho pedregoso, símbolo da privação, é cinza.

A princesa dos contos de fada Cinderela, a Gata Borralheira, vestia-se de cinza, assim como era cinzenta também a sua vida, até que ela foi descoberta pelo príncipe. Em inglês, “Cinderella” era o nome da Gata Borralheira, e dele surgiu o popular nome de menina “Cindy”, assim como “Zelda”. Em alemão, existem os nomes derivados da cor cinza “Griselda” e “Griseldis”. Griseldis foi também uma figura da tradição medieval: foi a esposa de um conde despótico, que a traiu e desterrou seus filhos. Griseldis sofreu em silêncio. Os nomes de mulher derivados da cor cinza simbolizam a modéstia e a humildade em meio a uma vida miserável. Uma velha canção diz: “Cindy, ó Cindy, triste está teu coração, o homem que amavas te abandonou...”

13. A cor dos inferiores e do grosseiro

Todo material que em geral é branco, quando cinzento, dá a impressão de ser menos valioso, pois parece cru ou pouco elaborado: o papel reciclado cinzento, o papelão cinzento, pasta de dentes cinzenta, farinha cinzenta, plástico cinzento. Essa desvalorização afeta inclusive materiais nobres: o mármore cinzento parece de qualidade inferior à do branco, assim como o *vison* gris é mais barato que o branco, a porcelana idem. Não há nenhum artigo de luxo em embalagem cinzenta. Cinza é uma das cores → do barato.

O cinzento dá a impressão de grosseiro, bruto. É a cor → do anguloso. O cimento cinza dos prédios das fábricas e dos edifícios funcionais, ou seja, da realidade sem enfeites. Em nossa representação, as casas de campo são brancas, os quartéis são sempre cinzentos.

Cinza é também a cor do mofo. Por isso, maus odores são associados à cor cinza, pensamos em decomposição. O cinzento é a cor → do intragável.

14. Os vestidos das *grisettes*

O cinza absorve a sujeira, e sujeira e pobreza são inseparáveis.

Eram cinzentas as roupas dos órfãos nos orfanatos. De cinza se vestiam os desamparados que eram acolhidos nos asilos. Até hoje o uniforme dos presidiários é cinza. As roupas cinzentas identificam a pobreza, em todas as nuances. No século XIX, a roupa de trabalho de modistas e costureiras de Paris eram vestidos cinzentos e simples; Paris era a metrópole mundial da moda e costureiras e modistas, naquela época, se contavam em centenas de milhares. Em função de suas roupas cinzentas, elas eram chamadas de *grisettes*. Eram moças e mulheres das famílias mais pobres, que trabalhavam por um salário de miséria. As *grisettes* não tinham dinheiro para vestidos nem tempo para se ocupar deles, e por isso usavam roupas confeccionadas com os tecidos mais baratos e na cor em que a sujeira menos se nota. Para o pensamento conservador daquela época, era inconcebível que uma mulher pudesse viver de seu trabalho, os vestidos cinzentos foram reinterpretados como próprios de mulheres imorais: *grisette* chegou a ser sinônimo das prostitutas mais baratas.

Por sua vez, o proverbial *grauer Maus* (rato cinza) era sinônimo de mulheres que passavam despercebidas, mulheres que não tinham nenhum atrativo sexual.

Na indumentária para senhoras, o certo é que o cinza retorna constantemente a estar em voga como cor chique da moda, agora, se ele é vulgar ou nobre, depende totalmente do tecido que se usa, isso não é a moda que decide, e sim o material. Artigos nobres como pele e *cashmere*, quando cinzentos, representam o suprassumo da elegância. Porém, os materiais ordinários, quando são cinzentos, parecem sempre especialmente pobres.

15. A mediocridade desejada: a moda cinzenta dos homens

A falta de imaginação / o conformismo: cinza 32%· marrom 24%
A monotonia / a caretice: marrom 25% · **cinza 23%**· ouro 9% · rosa 8%
O conservador: cinza 24%· preto 24% · marrom 20%
O prático: azul 22% · **cinza 17%**· branco 16% · verde 14%

Toda moda feminina, no século XIX, vinha de Paris; mas a moda masculina era determinada pelos ingleses. A Inglaterra, a maior potência mundial da época, dominava os mares, as colônias e, principalmente, as indústrias. A classe social que determinava o tom ao país já não se vinculava à corte: os poderosos eram os proprietários das grandes fábricas, os industriais. Sua indumentária era tão sóbria quanto seus negócios. Os tecidos brilhantes desapareceram da moda masculina, assim como as pregas e as cores. O traje do cavalheiro da era vitoriana permaneceu inalterado até os dias de hoje, o típico terno masculino. O tecido é opaco, o corte segue as formas naturais do corpo e todas as cores são discretas. O traje ideial masculino para o verão deve ser de um cinza moderamente claro, e no inverno, de um cinza moderamente escuro.

O filósofo Friedrich Theodor Vischer lamentava-se, por volta de 1850, sobre a moda masculina nos seguintes termos: “Recentemente chegou-se ao cinza. E com motivos de sobra: o corte insosso e anódino tinha mesmo que combinar com a cor dos uniformes dos órfãos; a indolência perfeita é incolor, até mesmo o preto seria demasiadamente assertivo; cinzenta, cinzenta, como por dentro as almas, a indumentária deve ser.”

Em 1930, lamentava-se o pintor e teórico das cores Hans Adolf Bühler: “Cinzento por dentro e por fora, assim é o homem de hoje, leitor de jornais.” E assim eles permanecem até nossos dias. O alfaiate Umberto Angeloni também se queixava, por volta dos anos 2000, da moda dos *designers,* que propunham o terno, a camisa e a gravata, todos da mesma cor – que invariavelmente era o cinza: “Diante de alguém que veste cinza sobre cinza sobre cinza, pensa-se somente numa coisa: no nada. Um nada gigantesco e absoluto.”

16. Goethe *versus* Newton: a metafísica contra a física

O que Johann Wolfgang von Goethe queria, com sua Teoria das Cores, era derrubar o físico festejado como o cientista mais genial de todos os tempos. Goethe viveu de 1749 a 1832, Newton de 1643 a 1727, quase que exatamente um século antes. Newton havia comprovado cientificamente como as cores resultam da luz do Sol. Sua obra *Óptica: tratado das reflexões, refrações, inflexões e cores da luz (Optics)* foi publicada em 1704. Goethe, o consagrado príncipe dos poetas, desejava obter também fama como cientista, o que, pelos valores da época, constituía a mais elevada glória.

A Teoria das Cores de Goethe apareceu em 1810 e consistia de três partes: 1. "Parte didática"; 2. "Parte polêmica" e 3. "Fatos e documentos sobre a História da Teoria das Cores". A parte mais importante é a parte polêmica, cujo subtítulo é: "Desmascarando a Teoria de Newton".

Newton havia demonstrado experimentalmente que a incolor luz do Sol continha todas as cores: deixou passar um raio de luz por um prisma de vidro, que decompôs o raio luminoso, evidenciando as cores do arco-íris: vermelho-laranja-amarelo-verde-azul-anil-violeta. Às cores decompostas do arco-íris chamamos também de cores espectrais. Daí Newton deduziu que a soma de todas as cores da luz é a luz branca.

Goethe, porém, tinha uma opinião completamente diferente. Para Goethe, a soma de todas as cores era o cinza. Para Goethe, todas as cores se produziam a partir da cor cinza – como ele dizia "*aus dem trüben*", "do turvo". Esse é o ponto de partida de sua teoria, e desse modo ele esclarece: a luz do Sol é incolor – mas se o céu estiver nublado, os raios de Sol parecem amarelos. Quanto mais turva se tornar a luz do Sol, mais forte essa cor se torna – na aurora e no entardecer a luz do Sol é vermelha. Goethe observava o céu noturno através de uma placa de vidro escurecida e iluminada pela luz de uma vela: o céu parecia violeta. Quanto mais escuro o vidro, mais azul se tornava o céu. Dessa forma, Goethe esclarecia a formação do amarelo, do vermelho e do azul como provenientes do escuro, do túrbido.

Newton havia também contruído um disco de cores, uma esfera com sete segmentos de cores, como no arco-íris. Ao girar essa esfera, as propriedades de cada uma das cores se misturavam, produzindo uma só cor – que deveria ser, de

acordo com Newton, a cor branca. Mas sobre a esfera cromática aparecia o cinza.

Desse modo, Goethe girava a esfera cromática de Newton e via somente a cor cinza. “É um absurdo que todas as cores misturadas produzam o branco”, escreveu, “um absurdo em que se acredita já tem um século, e que é repetido juntamente com outros absurdos, contra toda a evidência.”

A tragédia de Goethe é que ele não diferenciava entre “mistura aditiva” de cores e “mistura subtrativa” → Figuras 56 e 95.

Quando se misturam cores materiais, ou seja, cores palpáveis, isso é uma “mistura subtrativa”, uma vez que toda cor absorve luz e, ao ser misturada, é subtraída dela. Quanto mais cores se misturam, mais escuro é o resultado. Sempre que se trabalha com cores materiais, palpáveis, tanto faz se são cores de aquarela ou espesso verniz, ocorre uma mistura subtrativa.

Entretanto, quando se misturam as cores imateriais da luz, cores que não podemos agarrar, intangíveis, aí ocorre a “mistura cromática aditiva”, em que luz se soma a mais luz. Quanto mais luz houver, mais clara a mistura – portanto, a soma de todas as cores da luz resulta em branco. Goethe não queria acreditar que as cores da luz, intangíveis, obedecessem a leis diferentes do que as cores da sua caixa de aquarela.

Newton havia não só salientado que a mistura das cores da luz do Sol estava sujeita a outras leis, mas também que, nesse caso, as cores verde, laranja e violeta constituíam as cores básicas, uma vez que: Luz verde + luz violeta = luz azul Luz laranja + luz verde = luz amarela Luz violeta + luz laranja = luz vermelha Luz verde + luz laranja + luz violeta = luz branca!

As leis da mistura das cores da luz do Sol há tempo não são mais tão conhecidas como as leis da mistura das cores materiais. Quando, num teatro, a luz de um projetor verde se mistura à luz de um projetor violeta, o resultado é luz azul – o que para muitos espectadores parece magia.

Pode-se obter luz azul com um projetor de luz azul, porém não é isso o que se faz, pois quanto mais cores forem somadas, mais forte será a luz. Em vez de se usar um projetor amarelo, a mistura produzida pela mistura das luzes de um projetor laranja com outro verde produzirá um amarelo muito mais brilhante. Quanto mais cores, mais clara a mistura, essa é a regra, sendo que afinal o branco virá como soma de todas as cores. Laranja, verde e violeta são as cores primárias da luz. Com três projetores, cada um irradiando uma dessas cores, poderão ser criadas todas as outras cores. O mesmo ocorre quando as cores se misturam nas telas de televisão; quem quiser regular as cores em seu aparelho,

encontrará instruções para regulagem de três cores apenas: laranja ou um vermelho alaranjado; verde; e violeta ou um azul avermelhado – mais cores são desnecessárias.

Tudo é exatamente ao contrário do que acontece com relação à cores materiais, em relação às quais o preto é a soma de todas as cores e amarelo, azul e vermelho são as cores primárias. É difícil a apreensão de que existem duas verdades em relação às cores, sendo que uma é o contrário da outra.

A respeito da mistura aditiva que Newton descreveu, Goethe comentou com ironia: “vermelho amarelado e verde produzem o amarelo, verde e azul violáceo produzem o azul! Assim o vinagre se produz a partir da salada de pepinos!”

Tratava-se, em realidade, mais do que simplesmente se saber se o cinza seria a origem de todas as cores, ou se o branco era a somatória de todas elas. No tempo de Goethe, as ciências naturais eram encaradas como a mais alta forma de ciência, como princípio ordenador supremo. Por causa disso, era desejável incluir até mesmo a estética em categorias científicas, assim como classificar cientificamente as cores e explicar cientificamente seus efeitos. Goethe não foi, em absoluto, o único a tentar isso – à sua época, as teorias sobre as cores eram um tema da moda. Em todos os salões se conversava a respeito das teorias das cores. Em seu terceiro capítulo, “Fatos e documentos sobre a História da Teoria das Cores”, Goethe discutia as teorias de dúzias de contemporâneos seus – embora entre eles ninguém desse razão a Goethe, todos reconheciam os princípios fundamentais de Newton.

Goethe argumentava que os cientistas estariam apenas controlando detalhes, que nenhum deles teriam apreendido “a verdadeira essência das cores em si”. Goethe queria revelar os “protofenômenos”, em vez da “natureza artificial das ciências naturais”. Para os físicos, cada cor tem a mesma importância, mas Goethe desejava construir um sistema hierárquico, com cores inferiores e superiores. A cor mais proeminente era para ele o vermelho, “o rei das cores”, e seu polo contrário “o verde, modesto e pequeno-burguês”. As cores altas e baixas deveriam ser utilizadas conjuntamente, para criar contraste, umas reforçando as outras. “Polaridade” e “elevação” são os dois princípios básicos que fundamentam sua Teoria das Cores. Com isso ele queria fundamentar sua filosofia da natureza, que deveria ultrapassar as ciências naturais. No fundo, sua filosofia natural é uma teoria da sociedade que propaga como ideal da natureza o dominar e ser dominado, o que fica demonstrado com mais nitidez em suas considerações sobre o “efeito sensível-moral” das cores → Cinza 17.

Apesar dessa teoria tradicionalista, os ataques que Goethe lançou a Newton

produziram uma penosa reação. Goethe havia afirmado que os experimentos de Newton, já reconhecidos havia muito tempo, eram propositadamente complicados, para que assim as pessoas se confundissem tanto, a ponto de passar a acreditar cegamente neles. Classificou esses experimentos como *hocus-pocus*, prestidigitação, afirmando que eles sugeriam fenômenos ópticos absolutamente inexistentes. Em seu "Fragmento polêmico", Goethe escreveu: "Somente aquele que conhece o poder da autoilusão, e que sabe que ele fica bem no limite do fraudulento, será capaz de compreender por si só o procedimento de Newton e de sua escola." Goethe desejava, com seu "desmascarar da teoria de Newton", comprovar que Newton era um impostor, que não se detinha diante de nada para "provar que o verdadeiro era falso e o falso, verdadeiro."

Mas Goethe não convenceu a ciência. Apesar da adoração que lhe era dedicada como poeta, sua Teoria das Cores esbarrou em gélida rejeição. Acusaram-no de ter considerado apenas os fenômenos que podiam ser comprovados por sua teoria. Por ele ter, além disso, rejeitado procedimentos de mensuração científicos, desejando fundamentar sua teoria apenas com base em suas sensações em relação às cores, suas afirmações não tinham como ser testadas. E o mais importante de tudo: a teoria de Goethe sobre a geração das cores a partir do túrbido era falsa.

Goethe se amargurou muito com esse resultado e nunca deixou de se lamentar a respeito da incompreensão e da estupidez dos partidários de Newton. E continuou a defender seus pontos de vista em diálogos com Eckermann, a cuja pergunta, de como ele havia conseguido suportar tantos anos de tão duras críticas, Goethe respondeu: "Diga-me o senhor se não estaria orgulhoso por, durante vinte anos, ter que reconhecer que o grande Newton e, junto com ele, todos os matemáticos e sublimes cientistas, estavam equivocados no que se referia à teoria das cores, e que seja eu o único, entre milhões, a ter razão nesse grande domínio da natureza. Esse sentimento de superioridade me permitiu suportar a estúpida arrogância de meus adversários. Fui perseguido e acossado de todas as maneiras possíveis por minha teoria, tentaram ridicularizar minhas ideias... mas todos os ataques de meus adversários só me serviram para ver o quanto os homens são fracos."[17]

Goethe permaneceu sozinho desde o início com sua teoria sobre a formação das cores. Por isso, ao final da sua Teoria das Cores ele conclama as gerações futuras para que dessem o devido valor a essa sua obra, a mais querida, a que ele mesmo considerava a mais importante de sua vida.

No prólogo à edição de suas obras completas, de 1885, já aparece a opinião

das “gerações futuras” sobre sua Teoria das Cores: “Se não fosse pelo renome que Goethe adquiriu em outros setores, essa obra teria caído no esquecimento há muito tempo. A ciência vai se lembrar dela com um equívoco...”

As últimas palavras de Goethe foram: “Mais luz!” – a luz foi seu grande problema...

17. A influência de Goethe no gosto dos alemães

Mais populares do que a Teoria das Cores de Goethe foram suas considerações sobre o efeito “sensório-moral” das cores na “parte didática” de sua obra. Como efeitos “sensório-morais” ele pensava na ação psicológica e simbólica das cores e na simbologia socialmente determinada – no mesmo sentido como estamos considerando esses efeitos aqui.

Goethe também não parte dos efeitos cromáticos inatos, já que considera que é missão da arte educar os homens para o melhor – também em termos de bom gosto. Assim, na parte didática de sua obra, ele estabelece regras para a boa combinação de cores na indumentária. Efetivamente, a Teoria das Cores de Goethe teve sua repercussão mais duradoura no campo da moda.

Segundo o seu princípio da “harmonia pela polaridade”, e também que contrários devem se complementar, todas as cores dispõem de uma harmonia natural se, quando juntas, misturadas, são capazes de produzir o cinza ou o castanho acinzentado: são as cores complementares. Elas são constituídas pelos pares vermelho-verde, amarelo-violeta, azul-laraja, além da polaridade branco-preto → Azul 13.

Os pares de cores que, quando misturadas, produzem outras cores que não o cinza produzem combinações desarmoniosas. São cores que não se combinam, e para Goethe elas são: vermelho com laranja, violeta com vermelho e azul com verde.

Combinações de cores como vermelho com laranja e violeta com vermelho são até hoje consideradas pela moda conservadora como de mau gosto – na moda progressista, entretanto, como especialmente atraentes. “Progressistas *versus* conservadores” tem aqui um significado que transcende a moda: como, segundo a antiga simbologia, as cores representam também a classe social – o vermelho como cor da nobreza, o verde como cor da burguesia e o azul como cor dos trabalhadores –, a combinação das cores, o fato de estarem umas junto às outras, significa superação das diferenças sociais. Goethe repudiava as combinações que contrariavam as diferenças de cores entre os diversos estratos da sociedade → Verde 16.

“Harmonia pela hierarquia”, o mais importante princípio de Goethe, significa que as cores complementares não podem estar juntos como se tivessem o mesmo

valor. Uma cor apenas deve atuar como cor pura, as demais como opacas, enfraquecidas pelo branco ou pelo preto. A cor enfraquecida deverá ser a que ocupar uma maior superfície. A cor pura predomina por sua qualidade, a cor que foi por ela quebrada é quantidade dominada. Assim se reflete na Teoria das Cores um quadro social: poucos, naturalmente nobres poderosos, dominam sobre a massa ignara e chula.

Combinações de cores que combinam especialmente bem, de acordo com Goethe:

Algum vermelho puro com muito verde cinzento ou verde-escuro;

Algum verde puro com farto vermelho escuro ou rosa claro;

Algum laranja puro, vermelho luminoso, com muito cinza azulado ou azul-escuro;

Pouco azul puro com muito marrom;

Pouco amarelo puro com muito violeta escuro;

Pouco violeta puro com muito amarelo pálido ou marrom.

Goethe também prestou esclarecimento às mulheres sobre que cores deveriam usar de acordo com sua posição: “As mulheres jovens ficam bem de cor-de-rosa e verde-mar, e as maduras de violeta e verde-escuro. As loiras tendem a apreciar o violeta e o amarelo-claro, e as morenas o azul ou o vermelho amarelado, e ambas com razão.” Isso significa que as mulheres jovens e solteiras deveriam se vestir de cor-de-rosa e verde-claro, e as adultas de violeta e verde-escuro. Às jovens loiras ele recomendava o violeta claro, e às morenas, o azul-claro e o alaranjado.

Mas Goethe não recomendava em absoluto trajes cor de laranja luminoso, e sim castanhos – laranja “temperado”. Os trajes de cor castanha se “enfeitavam” com algum azul-claro. Nos tempos de Goethe, as cores luminosas nunca deveriam dominar a roupa. O branco era considerado a cor mais bonita da moda feminina, enquanto que o cavalheiro elegante deveria se vestir de preto. As cores do casal ideal deveriam ser aquelas que, mescladas, dariam o tom cinzento. Para a roupa de uso diário, Goethe recomendava “as cores que parecem sujas, mortas, as chamadas cores da moda” – o marrom, em todos os seus matizes.

Até hoje, em nenhum lugar do mundo há tanta inclinação pelas cores “temperadas”, “cobertas” (“*gedeckt”)* como na Alemanha. Essas cores são sinônimo, para eles, de bom gosto, e muitos alemães consideram que os americanos, que vestem cores gritantes, não têm gosto. E as roupas de cores vivas de italianos e franceses – nações que, ao contrário da Alemanha, criaram moda mundial – são consideradas aqui como excessivamente coloridas e pouco

sérias.

18. A aversão que os pintores têm à teoria

Goethe, que chegou a pensar em ser pintor, escreveu a “parte didática” de sua Teoria das Cores especialmente para os pintores. Com essa obra ele esperava conseguir fazer com que os artistas superassem sua aversão às teorias. Assim ele escreveu: “Até o momento, tem sido observado nos pintores um receio, para não dizer uma arrematada aversão, a quaisquer considerações teóricas em relação às cores e a tudo que se relacione a elas – o que, entretanto, não depõe em nada contra esses artistas. Pois o que se chamou até agora de teoria é algo sem fundamento, claudicante...”

Angelica Kauffmann (1741-1807), a pintora mais famosa de sua época, com quem Goethe mantinha relações de amizade, ensinou a ele como é possível pintar uma figura colorida sobre um fundo cinzento. Sobre o fundo escuro primeiramente são pintadas as partes iluminadas, e com cores mais escuras trabalham-se a seguir as sombras, em tons de cinza sobre cinza, todas as formas, e só então se faz o colorido, com cores translúcidas. A pintura de Angelica Kauffmann causa um efeito “muito agradável”, escreveu Goethe na terceira parte de seu tratado, salientando também que “era impossível diferenciar – uma pintura feita com a técnica de fundo cinzento – daquelas em que se utilizam técnicas habituais”. Entretanto, pintar sobre um fundo previamente acinzentado era uma técnica costumeira, até mesmo tradicional na pintura a óleo, conhecida por todos os pintores de boa formação da Idade Média. Não tinha nada de novo nessa teoria, era uma práxis antiga.

Dentre os artistas contemporâneos de Goethe houve um, Phillipp Otto Runge (1777-1810), com quem o poeta manteve correspondência. Runge também se dedicou às teorias sobre as cores, tendo publicado, em 1810, *Die Farbenkugel* (“A esfera das cores”), um modelo de mistura subtrativa de cores. Tratava-se de um globo dividido em campos de cor, em que Runge ia representando a mistura das cores, inclusive seu clareamento pelo acréscimo de branco e seu escurecimento pelo acréscimo de preto. Pelo acréscimo do branco e do preto, ou seja, as cores túrbidas, havia concordância com as representações goetheanas. Entretanto, Runge queria criar, com sua esfera colorida, um modelo matemático puro. E para isso as teorias de Goethe – assim ele escreveu a um amigo – não tinham qualquer serventia. No modelo de Runge não existem cores superiores e

inferiores, o que contradizia a filosofia de Goethe – e, desse modo, Goethe também não pode tirar qualquer proveito da esfera colorida de Runge.

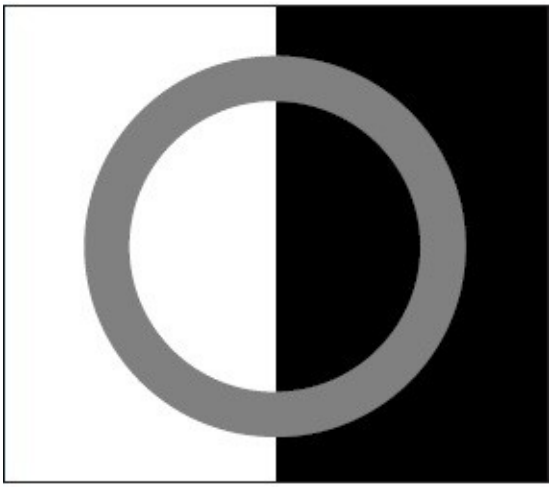
O pintor inglês William Turner (1775-1851), que já havia interpretado há muito tempo as pinturas impressionistas não como representações, mas como expressões de luz e cores, tendo pintado paisagens quase abstratas, foi um dos poucos pintores que se ocupou de forma mais intensa em analisar individualmente todas as teorias sobre cores. Ele foi também um dos primeiros a renunciar à técnica tradicional de se pintar em tons de cinza sobre um fundo cinzento.

Verde de óxido de cromo fogoso
+ alizarina do lago de Madder
+ branco de titânio

Laranja real
+ azul da Prússia
+ branco de titânio

Amarelo real
+ violeta cobalto
+ branco de titânio

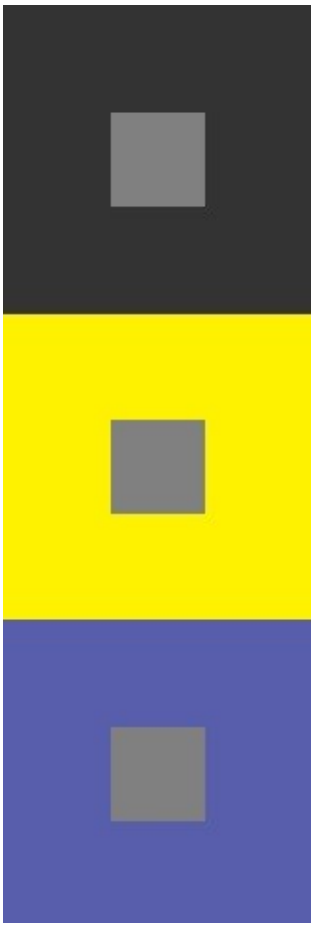
101 Assim os artistas misturam com cores a óleo seu cinza colorido. Esses sete tons de cor são para muitos artistas cores básicas de sua pintura.



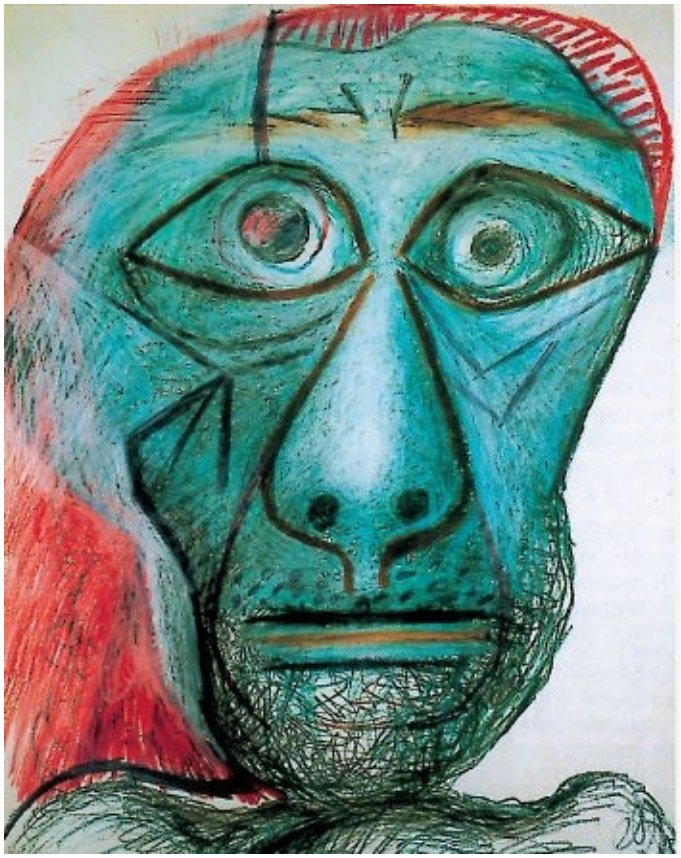
102 O anel parece cinza por igual, mas se for coberta a linha intermediária, o cinza parecerá diferente de cada lado, pois então o tom de cinza será determinado pela cor do fundo.

103 Os tons predominantemente cinza dessa natureza morta de Morandi são retratos da quietude; aqui tanto a pintura quanto a apreciação da arte conduzem à meditação.

104 Os daltônicos que não enxergam o verde e o vermelho reconhecem a figura da mulher, porém a veem sem o biquíni.



105 O cinza se adapta. O cinza do meio é sempre o mesmo.



106 Quando Picasso pintou esse autorretrato em cinza, ele sabia que logo iria morrer.

Turner conhecia a Teoria das Cores de Goethe em sua tradução inglesa e escreveu com anotação em seu exemplar, à margem do texto, que Goethe realmente escreveu muito sobre luz e obscuridade, mas por ele definir a obscuridade meramente como “ausência de luz”, isso tinha muito pouca serventia para os artistas. Pois num quadro é preciso se fazer distinção entre obscuridade, sombras e sombreados. Turner queixou-se das colocações de Goethe: “Nada sobre as sombras ou sobre a obscuridade em si; nada sobre as sombras, nem na imagem pintada, nem sob a perspectiva da óptica.” Ao lado do esclarecimento de Goethe sobre o surgimento do vermelho pelo ofuscamento do amarelo, Turner escreveu: “Absurdo”.

O próprio Goethe chegou à conclusão de que os artistas deveriam escolher para cada caso concreto aquilo que fosse mais pertinente em sua teoria. Como de costume, os artistas fizeram o contrário: a teoria não é base de sua criação, apenas um álibi da interpretação. Na prática, a Teoria das Cores de Goethe é tão difusa que pode ser interpretada como se queira.

Para os artistas da geração de hoje, a teoria de Goethe tem aplicação ainda mais limitada: na pintura abstrata, algo que Goethe naquele tempo não poderia imaginar como possível, não existe colorido “conforme a natureza”, nenhuma harmonia “natural”. Henri Matisse formulou o príncipio da cor na pintura abstrata: “Na pintura, não se trata de colorir formas, e sim de dar forma às cores.”

Não existe uma estética atemporal, nem uma sensibilidade que não seja empírica. Foram poucas as épocas em que a pintura, como à época de Goethe, se esforçou por encontrar uma harmonia que devesse nivelar as contradições. Talvez seja significativo que durante o classicismo, época que se debruça para trás, o cinza, cor do conformismo, devesse ser a cor preponderante. Hoje, com toda certeza, o cinza não seria o ponto de partida para tudo quanto é colorido – seria, antes, seu marco final.

NOTAS DA AUTORA

1. Entre os pesquisadores da língua, o esclarecimento sobre a diferenciação entre “estar azul” e “fazer azul” é ainda controverso. Alguns pesquisadores tomam como referência o nariz azul dos bêbados, mas nesse caso a forma de falar deveria ser internacional. Outros tomam como referência os feriados especiais para os operários, em algumas regiões havia as “segunda-feiras azuis”, quando eles tinham que usar seus trajes azuis de domingo – o que também é pouco convincente, pois o azul era também a cor de seus trajes de trabalho, especialmente as roupas dos tintureiros que faziam o azul. E principalmente: os esclarecimentos que tomam como referência somente os feriados não levam em consideração o consumo de álcool, que às vezes durava vários dias, por parte dos tintureiros que faziam uso da garança (vide Röhrich). A *Gesellschaft für deutsche Sprache* considerou na “Sprachdienst” de junho de 1998 o esclarecimento aqui aventado, que apareceu pela primeira vez em Heller, 1989.

2. Hoje a ciência sabe que, quando as línguas surgem, as primeiras palavras que são criadas são sempre as que dizem respeito ao “claro” e ao “escuro”, pois a diferenciação entre dia e noite é mais importante do que todas as outras formas de coloração – e dessas palavras muitas vezes se originaram termos para descrever o branco e o preto –; mas como cor propriamente dita, a primeira a receber seu nome é o vermelho.

3. Há muitas décadas que o vermelho vem perdendo constantemente sua popularidade. Na primeira edição desse livro, em 1989, 20% citaram o vermelho como cor favorita.

4. Pelo dicionário de Grimm; “Amarelo”, coluna 2882. Texto original: “*Du verreter, wie bist zo gelb, frisz den vergiften apfel selb.”*

5. As melhores informações internacionais sobre as cores artísticas encontram-se nos livros, constantemente atualizados, de Kurt Wehlte e Max Dörner.

6. O verde vem ganhando preferência há muitos anos. Na minha primeira pesquisa, em 1988, apenas 12% citaram o verde como cor favorita, e 9% como cor menos apreciada.

7. As porcentagens fornecem o valor médio de ambos os conceitos.

8. Viabilizado pelo Catálogo Telefônico alemão de 1999; densidade telefônica: 99%, ou seja, quase todos têm telefone. Não foi possível saber o número de pessoas que usam cada uma das linhas. Os dados não consideram nomes de empresas e associações.

9. Das muitas interpretações do quadro *As núpcias dos Arnolfini*, a melhor é possivelmente a de Hagen & Hagen, 1984. Em compensação, é pouco convincente historicamente a versão encontrada em Gombrich, 1996.

10. Ainda hoje são fabricados pigmentos históricos da empresa Kremer-Pigmente, radicada em D-88317, Aichstetten. O ultramarino da melhor qualidade pode ser obtido a partir de 10 gramas a 165 euros. O púrpura, a partir de 25 mili(!)gramas por 57 euros. Preços do ano 2000.

11. Como nem os tradutores alemães da Bíblia estão de acordo sobre de que cor é a púrpura, nas novas traduções essa cor vem sendo chamada de “vermelho, azul e vermelho-carmim”. O que faz pouco sentido: que diferença deve ser considerada entre “vermelho” e “vermelho carmim”? Na *Bíblia em alemão hodierno*, a cor púrpura é traduzida como violeta.

12. Assim é também no *Teste de Lüscher*, de 1971.

13. Romeu e Julieta, 2º ato, cena IV.

14. Calculado por dados fornecidos por Nixdorff & Müller. Em seu muito preciso e detalhado catálogo expositivo, poderão também ser encontradas muitas outras informações sobre as normas para a indumentária.

15. Textos extraídos das velhas canções alemãs de Massny.

16. *Teste de Lüscher*, edição de 1971. Existem diferentes versões do teste, a última de 1993, mas o princípio é sempre o mesmo.

17. Johann Peter Eckermann: *Gespräche mit Goethe in den letzten Jahren seines Lebens* (conversas com Goethe nos últimos anos de sua vida, 1936 e 1848), conversa de 30/12/1823. Muito semelhante à declaração da conversa de 19/02/1829: “De tudo quanto produzi como poeta não posso me declarar satisfeito. Poetas admiráveis viveram na mesma época que eu, outros mais admiráveis ainda viveram antes e outros haverá depois de mim. Porém, algo de que eu poderia me vangloriar um pouco é de ter sido o único de meu século a quem a razão assistiu na difícil ciência das cores, e quanto a isto estou perfeitamente ciente de minha superioridade em relação a muitos.”

BIBLIOGRAFIA

ALBERS, Josef. *A interação da cor*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

ALBUS, Anita. *Die Kunst der Künste*. Frankfurt: Eichborn, 1997.

BADT, Kurt. *Die Farbenlehre van Goghs*. Colônia, 1981.

BÄCHTOLD-STÄUBLI, Hanns; HOFFMANN-KRAYER, Eduard (Orgs.). *Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens*, 1927-1942. Berlim: De Gruyter, 1987.

BERLIN, Brent; KAY, Paul. *Basic Color Terms: Their Universality and Evolution*. Stanford: University of California Press, California, 1999.

Die Bibel. Revidierte Fassung der Luther-Bibel von 1984. (Em edições mais antigas, às vezes "vermelho púrpura" é traduzido como "vermelho escarlate").

Die Bibel in heutigem Deutsch. Stuttgart, 1982.

BILZER, Bert. *Meister malen Mode*. Braunschweig, 1961.

BIRREN, Faber. *Schöpferische Farbe*. Winterthur, 1971.

BOEHN, Max von. *Die Mode*. Munique, 1986.

BRUCE-MITFORD, Miranda. *Zeichen und Symbole*. Stuttgart; Munique, 1997.

BÜCHMANN, Georg. *Geflügelte Worte*. Droemer Knaur; Munique, 1959.

BÜHLER, Hans Adolf. *Das innere Gesetz der Farbe, eine künstlerische Farbenlehre*. Berlim, 1930.

CHEVALIER, Jean (em colaboração com GHEERBRANT, Alain). *Dicionário dos símbolos*. 23 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

COLE, Alison. *Colour*. Londres, 1993.

DÖRNER, Max. *Malmaterial und seine Verwendung im Bilde*. Stuttgart, 1989.

DÜRER, Albrecht. *Tagebücher und Briefe*. Munique; Viena, 1969.

DÜRER, Albrecht. *Schriften und Briefe*. Leipzig, 1993.

EBERHARD, Wolfram. *Lexikon chinesischer Symbole*. Köln, 1983.

EISENBART, Liselotte Constanze. *Kleiderordnungen der deutschen Städte zwischen 1350 und 1700*. Göttingen, 1962.

EUCKER, Johannes; WALCH, Josef. *Farbe – Wahrnehmung, Geschichte und Anwendung in Kunst und Umwelt*. Hannover, 1988.

FAVRE, Jean-Paul; NOVEMBER, André. *Color and Communication*. Zurique, 1979.

FEDDERSEN-FIELER, Gretel. *Farben aus der Natur*. Hannover, 1982.

FRIELING, Heinrich. *Das Gesetz der Farbe*. Göttingen, 1968.

FRIELING, Heinrich. *Der Frieling-Test*; *Ein Farbtest zur Charakter-und Schicksalsdiagnostik*. Marquartstein, 1961.

GAGE, John: *Turner's Annotated Books*: *Goethe's Theory of Colors*. Turner Studies, IV, 2, 1984.

GAGE, John. *Kulturgeschichte der Farbe, von der Antike bis zur Gegenwart*. Ravensburgo, 1994.

GOETHE, Johann Wolfgang von. *A doutrina das cores*. 2 ed. São Paulo: Nova Alexandria, 2009.

GOETHE, Johann Wolfgang von. *Xenien*, 1796. V. 1. Stuttgart, 1885.

GOGH, Vincent van. *The Complete Letters of Vincent van Gogh*. Londres: Thames & Hudson, 2000.

GOMBRICH, Ernst H. A história da arte. 16 ed. São Paulo: LTC, 2000.

GONCOURT, Edmont y Jules de. *Die Frau im 18. Jahrhundert*. Paris, 1862; Berna, 1963.

GREEN, Timoth. *The World of Gold*. Londres: Rosendale, 1993.

GREGORY, Richard L. *Eye and Brain*. Londres: Weidenfeld & Nicolson, 1966.

GRIMM, Jacob; GRIMM, Wilhelm. *Deutsches Wörterbuch*, 1854-1984. Munique, 1984.

HAGEN, Rose-Marie; HAGEN Rainer. *Meisterwerke europäischer Kunst als Dokumente ihrer Zeit erklärt*: *Warum trägt die Göttin einen Landsknechthut?*. Köln, 1984.

HAGEN, Rose-Marie; HAGEN Rainer. *Bildbefragungen*: *Alte Meister – neu erzählt*. Köln, 1993.

HELLER, Eva. *Wie Werbung wirkt*: *Theorien und Tatsachen.* Frankfurt, 1984.

HELLER, Eva. *Wie Farben wirken*. Reinbeck, 1989.

HELLER, Eva. *Die wahre Geschichte von allen Farben*: *Für Kinder, die gern malen*. Oldenburg, 1994.

HEß, Walter. *Das Problem der Farbe in den Selbstzeugnissen der Maler von Cézanne bis Mondrian*. Mittenwald, 1981.

HOWELL, Georgina: *In Vogue*: *Six Decades of Fashion*. Londres, 1975.

I Ching: o livro das mutações. Comentado por Richard Wilhelm. 20 ed. São Paulo: Pensamento, 2002.

IM Reich der Chemie. *100 Jahre BASF*. Düsseldorf; Wien, 1965.

ITTEN, Johannes. *Kunst der Farbe*. Ravensburgo, 1961.

JACKSON, Carole. *Cores para minha beleza.* Rio de Janeiro: Ediouro, 1981.

KANDINSKY, Wassily. *Do espiritual na arte*. Porto Alegre: Dom Quixote, 2010.

KAY, Helen (Org.). *Picassos Welt der Kinder*. Munique; Zurique, 1966.

KINDLERS *Malerei Lexikon*. Munique, 1976.

KIRSCHBAUM, Engelbert (Org.). *Lexikon der christlichen Ikonographie*. Roma; Freiburgo; Basel; Wien, 1968-1976.

KNAURS *beues Mal – und Zeichenbuch*. Munique, 1996.

KNUF, Astrid; KNUF, Joachim. *Amulette und Talismane*: *Symbole des magischen Alltags*. Köln, 1984.

KÜPPERS, Harald. *Das Grundgesetz der Farbenlehre*. Köln, 1978.

KÜPPERS, Heinz. *Illustriertes Lexikon der deutschen Umgangssprache*. Stuttgart, 1984.

LAUFFER, Otto. *Farbensymbolik im deutschen Volksbrauch.* Hamburgo, 1948.

LIPFFERT, Klementine. *Symbolfibel*: *Eine Hilfe zum Betrachten und Deuten mittelalterlicher Bildwerke*. 6 ed. Kassel: Johannes Stauda-Verlag, 1976.

LÜSCHER, Max. *Psychologie der Farben*. Basel, 1948.

LÜSCHER, Max. *O teste das cores de Lüscher*. Rio de Janeiro: Renes, 1986.

LURKER, Manfred. *Dicionário de simbologia*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LURKER, Manfred. *Dicionário dos deuses e demônios.* São Paulo: Martins Fontes, 1993.

LURKER, Manfred. *Lexikon der Götter und Symbole der alten Egypter*. Berna; Munique; Wien, 1987.

MASSNY, Doris. “Die Formel ‘das braune Mägdlein’ im alten deutschen Volkslied”. *In: Niederdeutsche Zeitschrift für Volkskunde*, 15, 1937.

MATISSE, Henri. *Escritos e reflexões sobre a arte*. São Paulo: Cosac-Naify, 2007.

Modekatalog Warenhaus A., Wertheim, 1903. 4 ed. Hildesheim, 1979.

MÖHRES, Franz Peter. “Purpur”. *In: Die BASF*, Heft 4, 1962.

NEUMÜLLER, Otto-Albrecht. *Römpps Chemie-Lexikon.* Stuttgart, 1979-1988.

NEWTON, Isaac. *Opticks, or a Treatise of the Reflexions, Refractions, Inflexions and Colours of Light*. Londres, 1704. (Existe uma edição norte-americana dessa obra sob o título de *Opticks*, ed. Prometheus Books, Amherst, Nova York, 2003.) NIXDORFF, Heide; MÜLLER, Heidi: *Weiße Weste – rote Roben – Von den Farbordnungen des Mittelalters zum individuellen Farbgeschmack*. Catálogo da exposição. Berlim: Staatliche Museen Preussischer Kulturbesitz, 1983.

OSWALD, Gert. *Lexikon der Heraldik*. Mannheim; Wien; Zurique,1984.

PACZENSKY, Susanne von. *Die Testnacker – Wie man Karriere-Tests erfolgreich besteht*. Munique,

1987. (Sobre os testes que utilizam cores, p. 77-81).

PASTOUREAU, Michel. *Dictionaire des couleurs de notre temps*. Paris, 1992.

PAWLIK, Johannes (Org.). Goethe, Farbenlehre. Didaktischer Teil. 5 ed. ampliada. Köln: Dumont Buchverlag, 1990.

PLOSS, Emil Ernst. *Ein Buch von alten Farben – Technologie der Textilfarben im Mittelalter mit einem Ausblick auf die festen Farben*. Munique, 1967.

PRACHT, Fanny-Ilse. *Färben von Textilien*. Köln, 1984.

PROCOPIO de Cesarea. *Historia secreta: biblioteca clásica Gredos*. Madri: Gredos, 2000.

PU YI. *Ich war Kaiser von China*. Munique, 1973.

RABBOW, Arnold: *dtv-Lexikon politischer Symbole*. Munique, 1970.

RENOIR, Jean. *Auguste Renoir, mon père*. Paris: Gallimard, 1981.

RIEDEL, Ingrid. *Farben in Religion, Gesellschaft, Kunst und Psychoterapie*. Stuttgart, 1983.

RÖHRICH, Lutz. *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Freiburg, 1988.

RUNGE, Philipp Otto. *Die Farbenkugel und andere Schriften zur Farbenlehre*, 1810. Stuttgart, 1959.

SCHENZINGER, Karl Aloys. *Anilin*. Berlim, 1937.

SCHLEMMER, Oskar. *Idealist der Form*: *Briefe, Tagebücher, Schriften, 1912-1943*. Leipzig, 1990.

SCHMIDT, Heinrich; SCHMIDT, Margarete. *Die vergessene Bildsprache christlicher Kunst*. Munique, 1981.

SEEFELDER, Matthias. *Indigo*. Ludwigshafen: BASF, 1982.

STEINER, Rudolf. *Das Wesen der Farbe*. Dornach, 1980.

STRACK, Hermann L. *Das Blut im Glauben und Aberglauben der Menschheit*. Munique, 1900.

SUTHERLAND, Carol Humprey Vivian. *Gold*: *its Beauty, Power and Allure*. 3 ed. Londres: Thames & Hudson, 1969.

THEROUX, Alexander. *The Primary Colors*. Nova York, 1994.

THEROUX, Alexander. *The Secondary Colors*. Nova York, 1997.

VARLEY, Helen (Org.). *Color*. Londres, 1980.

VELHAGEN, Karl. *Tafeln zur Prüfung des Farbensinnes*. Stuttgart, 1995.

VISCHER, Friedrich Theodor von. *Vernünftige Gedanken über die jetzige Mode*. Stuttgart, 1861.

VOGT, Hans-Heinrich. *Farben und ihre Geschichte*. Stuttgart, 1973.

VRANDE, Let van de. *Wolle färben mit Naturfarben*. Ravensburgo, 1982.

WACKERNAGEL, Wilhelm. “Die Farben – und Blumensprache des Mittelalters”. *In: Kleinere Schriften*, v. 1. Leipzig, 1872.

WANDER, Karl Friedrich Wilhelm. *Deutsches Sprichwörter-Lexikon*. Leipzig, 1867.

WEHLTE, Kurt. *Werkstoffe und Technoken der Malerei*. Leipzig, 1996.

WILHELMI, Christoph. *Handbuch der Symbole in der bildenden Kunst des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt; Berlim, 1980.

Wörterbuch der deutschen Volkskunde. (Edição original de Oswald A. Erich, revisão de Richard Beitl.) Stuttgart, 1974.

CRÉDITOS DAS IMAGENS

Os números de página fazem referência ao livro impresso.

5: Paul Cézanne: *Natureza morta* (aprox. 1880, detalhe). 6: © Ludwig Beck am Rathauseck, Munique. 7: *Spaghetti criativo*, Eva Heller (E. H.). 8: © Beiersdorf, Hamburgo. 9: © Klosterfrau Vertriebsgesellschaft, Colônia. 10: © Süddeutscher Verlag / Foto-Agentur Hartung. 11: © Colour Library Books. 12: © Colour Library Books. 13: *Käpt'n Blaubär*, com autorização pessoal de Walter Moers. 14: © Coca-Cola, Essen. 16: Bundesministerium für Arbeit. 17: Artista desconhecido, British School: *As irmãs Cholmondeley* (aprox. 1600, detalhe), Tate Gallery, Londres; © Tate Picture Library. 18: Meister der Lyversberg Passion: *Coroação de Maria* (aprox. 1460, detalhe), Alte Pinakothek, Munique; © Blauel/Gnamm Artothek. 19: Hyacinthe Rigaud: *Luis XIV em seu traje de coroação* (1701, detalhe), Louvre, Paris; © Giraudon, Paris. 20: *Cravos criativos*; © R.M. Schnell, Munique. 21: *Lábios criativos*, E. H. 22: *Sennefer e sua mulher Merik* (aprox. 1420 a.C., detalhe), tumba de Sennefer, Tebas. 25: Artista desconhecido, *Eighteen Songs of a Nomad Flute. Episode 2: Departure from China* (século XV, detalhe), The Metropolitan Museum of Art, presente do Dillon Fund, 1973 (1973.120.3); © 1994, The Metropolitan Museum of Art, Nova York. 27: Escola de Kangra: *Jogos amorosos de Krishna* (aprox. 1820, detalhe), Museum für Indische Kunst, Berlim; © Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz. 28: Jacopo Pontormo: *Cristo em Emaús* (aprox. 1525, detalhe); © AKG, Berlim / S. Domingie. 29: Meister des Hausbuchs: *Lavagem dos pés dos apóstolos* (aprox. 1475, detalhe), Gemäldegalerie, Berlim; © Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz, foto: J.P. Anders. 30: Hugo van der Goes: *O pecado original* (aprox. 1470, detalhe); © Kunsthistorisches Museum, Viena. 31: © UHU GmbH, Bühl/Baden. 33: Escultura de um casal egípcio (por volta de 2400 a.C., visto de costas), Ägyptisches Museum, Berlim; © Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz. 34/35: o verde típico dos amantes da cor verde e o verde típico dos que não apreciam o verde, pesquisa de E. H., 1997. 37: Jan van

Eyck: *As núpcias dos Arnolfini* (1434, detalhe), National Gallery, Londres. 38: *As cores mais citadas da primavera*; pesquisa de E.H. 39: Johannes Itten: *Primavera* (detalhe), retirado de *Kunst der Farbe*, 1961; © Ravensburger Buchverlag Otto Maier GmbH. 40: Michael Pacher: *O diabo ensina a Santo Agostinho o livro dos vícios* (1483, detalhe), Alte Pinakotek, Munique; © Blauel/Gnamm Artothek, 41: *Maomé vestido de verde*, manuscrito persa (aprox. 1540, detalhe). 43: *O deus Osíris*; foto: Coleção E. H. 47: *A Kaaba em Meca*, lugar santo do Islã. 48/49: *Ilusão óptica*, E. H. 51*: Legibilidade dos textos coloridos*, E. H. 52: *Círculo de cores*, E. H. 53: *A rainha Elizabeth na abertura do Parlamento em 1999*; © dpa/epa/Jonathan Utz. 54: *O papa João XXIII* (aprox. 1960). 55: Hermann Tom Ring: *O altar do Juízo Final* (aprox. 1550, detalhe); © Museum Catharijneconvent, Utrecht; foto: R. de Heer. 56: *Misturas aditivas com projetores coloridos*, E. H. 57: *Remédios coloridos*; foto: E.H. 58: *Efeitos das cores sobre fundo branco e sobre fundo preto*, E. H. 59: © Chanel, Hamburgo. 60: *Monjas budistas*; © Reuters/Jayanta Shaw. 61: *Brahma com sua esposa Sarasvatí cavalgando um cisne* (detalhe); © Gustav Kiepenheuer Verlag, Leipzig. 63: Henri de Toulouse-Lautrec: *Jane Avril* (1892, detalhe). 64: *Ênio, personagem da série Vila Sésamo*; © Henson/EM.TV & Merchandising AG. 65: Henri Matisse. *A alegria de viver* (1905/1906, detalhe); © Succession H. Matisse/VG Bild-Kunst, Bonn. 66: Robert Delaunay: *A alegria de viver* (1931); © L&M Services B.V. Amsterdam 991107. 70: Imperial State Crown. 71: *A imperatriz Teodora com sua corte* (aprox. 540, detalhe), Rávena, San Vitale. 73: Cardeais de vermelho; bispos de violeta; foto: coleção E. H. 74: © Kraft Jacobs Suchard Erzeugnisse GmbH, Bremen. 75: Emblema das sufragistas, aprox. 1910; foto: Coleção E. H. 77: Victor Brauner: *Gêmeos* (1938); © VG Bild-Kunst, Bonn. 79: TM & © United Artists Corporation/CTM Merchandising, Munique. 80: Sinal de perigo criativo, E. H. 81: Fra Angelico: *A Virgem Maria e o Menino Jesus ao lado de São Domênico e de São Pedro, o mártir* (1543, detalhe), Gemäldegalerie, Berlim; © Staatliche Museen Preußischer Kulturbesitz; foto: J. P. Anders. 83: Tom Wesselmann: *Great American Nude N°. 41* (1962); © VG Bild-Kunst, Bonn. 84: Franz Winterhalter: *A rainha Vitória e sua família* (1846, detalhe). 85: Com autorização do *Financial Times* (Europa), Frankfurt a.M., e da *Gazzetta dello Sport*, R.C.S. Pubblicità S.p.A.; montagem E. H. 86: Princesa Diana; © dpa. 87: Marilyn Monroe; © pwe Kinoarchiv, Hamburgo. 89: o *Globus Cruciger* alemão; © AKG, Berlim. 90: Mercedes Vision SLR; © Daimler/Chrysler, Stuttgart. 93: A pedra dourada da Birmânia; foto: Krishna. 94: Gustav Klimt: *O beijo* (1908); © AKG, Berlim. 95: Mistura

subtrativa de cores; © Marshall Editions, Londres. 96: Marrom quente e marrom frio, ao lado de cores quentes e frias, E. H. 97: Michelângelo*: Sibila libia* (1536-41, detalhe), Capela Sistina; © Museo Vaticano. 98: Bolo mármore criativo, E. H. 99: As cores mais citadas do outono; pesquisa E. H. 100: Johannes Itten: *Outono* (detalhe), em *Kunst der Farbe*, 1961; © Ravensburger Buchverlag Otto Maier GmbH. 103: Giorgio Morandi: *Natureza morta* (1942); © VG Bild-Kunst, Bonn. 104: Cartela de teste para oculistas. 106: Pablo Picasso: *Autorretrato* (1972); © Succession Picasso/VG Bild-Kunst, Bonn.

OS 160 CONCEITOS DA PESQUISA

A acidez A agressividade A ambivalência A amizade A atividade A avareza A beleza A brandura A burrice A ciência A clareza A concentração A confiança, a segurança A coragem A cortesia A credibilidade, a segurança A devoção, a fé A distância, a amplidão A diversão, a descontração A dureza A elegância A energia A esperança, a confiança A espontaneidade, a impulsividade A esportividade A eternidade, o infinito A exatidão A excitação A extroversão A falta de imaginação, o conformismo A fantasia A felicidade, a alegria de viver A felicidade, a sorte, a bem-aventurança A fidelidade A força, a potência A grandeza A harmonia A hipocrisia A honestidade A imprecisão A independência A infância A infidelidade A inocência A insegurança A insensibilidade, a indiferença A inteligência A introversão A intrusão, o penetrante A inveja A ira A jovialidade A juventude A leveza A magia A modéstia A objetividade, a neutralidade A ostentação A paixão A passividade A pompa A preguiça A primavera A proximidade A pureza, a limpeza A reflexão A sedução, a tentação A sensibilidade, a sentimentalidade A sexualidade A simpatia A singularidade, o singular A sociabilidade A solenidade A solidão, o vazio A suavidade, a maciez, o terno A ternura A tolerância A vaidade A velhice A velocidade A verdade A violência, a brutalidade A vivacidade O abrigo, O aconchegante O agradável O amargor O amor O angular, o desajeitado O anseio O antipático O antiquado O apertado, a compressão O aromático O artificial, o não natural O atraente, a tentação O barato O bem O calor O charme O ciúme O conservador O controverso O deleite, o prazer O desejo O dinamismo O doce, a delícia O egoísmo O entediante, o chato O erotismo O extravagante, a extravagância O feio O feminino O fim O gélido, o frio O ideal, a perfeição O imoral O inamistoso, o hostil O inconformismo, o não convencional O intragável O intrusivo, o assediante O inverno O lúdico, a recreação O luto O luxo O masculino O mau, o ruim O mérito O misterioso O moderno O não erótico O natural O novo O ódio O orgulho O original, a originalidade O otimismo O outono O oval O

pequeno O pequeno-burguês, a monotonia O perigo O pesado O poder O prático O princípio O proibido, o não permitido O que está na moda O redondo O refrescante, o fresco O romantismo O saudável O sentimentalismo, o sonho O sonoro O sussurrante O técnico, o funcional, a tecnologia, a funcionalidade O tranquilizador O triangular O venenoso O verão